



Pengaruh *Entrepreneurial Education* Dan *Entrepreneurial Passion* Terhadap *Entrepreneurial Behavior*: Peran Mediasi *Entrepreneurial Self Efficacy*

Adika Iftitah Rizqillah^{*1)}, Yoyok Soesatyo²⁾, Tri Sudarwanto³⁾

Universitas Negeri Surabaya^{1, 2, 3}

Email : adikaiftitah@gmail.com^{1*}, yoyoksoesatyo@unesa.ac.id²,

trisudarwanto@unesa.ac.id³

ABTRACT

This study aims to analyze the influence of entrepreneurial education and entrepreneurial passion on entrepreneurial behavior, while also examining the mediating role of entrepreneurial self-efficacy among students at the Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Surabaya. A quantitative approach with purposive sampling was employed, involving 150 student respondents. Data analysis was conducted using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results indicate that entrepreneurial education and entrepreneurial passion have a positive and significant impact on both entrepreneurial behavior and entrepreneurial self efficacy. Furthermore, entrepreneurial self efficacy was found to act as a significant mediating variable in the relationship between entrepreneurial education and entrepreneurial passion and entrepreneurial behavior. These findings suggest that strengthening entrepreneurial education and fostering entrepreneurial passion can enhance students' entrepreneurial behavior, both directly and indirectly through the enhancement of entrepreneurial self efficacy. This study is expected to provide insights for higher education institutions in designing and implementing more effective entrepreneurship programs to develop students' entrepreneurial competencies and behaviors.

Keywords: *Entrepreneurial Education, Entrepreneurial Passion, Entrepreneurial Self Efficacy, Entrepreneurial Behavior, University Student.*

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh *entrepreneurial education* dan *entrepreneurial passion* terhadap *entrepreneurial behavior* sekaligus menelaah peran mediasi *entrepreneurial self-efficacy* pada mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*, yang melibatkan 150 mahasiswa sebagai responden. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *entrepreneurial education* dan *entrepreneurial passion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *entrepreneurial behavior* maupun *entrepreneurial self efficacy*. Selain itu, *entrepreneurial self efficacy* terbukti berperan sebagai variabel mediasi yang signifikan dalam hubungan antara *entrepreneurial education* dan *entrepreneurial passion* dengan *entrepreneurial behavior*. Temuan ini mengindikasikan bahwa penguatan pendidikan kewirausahaan dan pengembangan passion kewirausahaan mampu meningkatkan perilaku kewirausahaan mahasiswa, baik secara langsung maupun secara tidak langsung melalui peningkatan *entrepreneurial self efficacy*. Penelitian ini diharapkan bisa memberi masukan bagi pendidikan tinggi dalam merancang serta mengimplementasikan program kewirausahaan yang lebih efektif untuk mengembangkan kompetensi serta perilaku berwirausaha mahasiswa.

Kata Kunci: *Entrepreneurial Education, Entrepreneurial Passion, Entrepreneurial Self Efficacy, Entrepreneurial Behavior, Mahasiswa*

Pendahuluan

Transformasi teknologi dan digitalisasi global telah mengubah berbagai aspek kehidupan sosial dan ekonomi. Pada era digital ini kewirausahaan menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi sekaligus solusi untuk menghadapi tantangan ketenagakerjaan. Berdasarkan data survei angkatan kerja nasional yang dipublikasi oleh Badan Pusat Statistik Indonesia pada tahun 2024 lulusan perguruan tinggi tercatat menyumbang 5,25% dari total pengangguran terbuka. Amadea dan Riana (2020) menuturkan peningkatan tingkat pengangguran dikalangan perguruan tinggi antara lain, meningkatnya jumlah lulusan tiap tahun, terbatasnya ketersediaan pekerjaan, ketidaksesuaian bidang study dengan kebutuhan dunia kerja, dan kurangnya kompetensi lulusan. Dilain sisi berdasarkan laporan Badan Pusat Statistik bulan Februari (BPS, 2024) terdapat kurang lebih 56,56 juta wirausaha di Indonesia. Data tersebut menunjukkan bahwa kewirausahaan kini dipandang sebagai solusi jangka panjang atas permasalahan pengangguran serta sebagai sarana untuk mendorong inovasi, kreativitas, pertumbuhan ekonomi inklusif, dan pemerataan kesejahteraan (Gieure *et al.*, 2020; Pradhan *et al.*, 2020). Sejalan dengan peran pendidikan yang semakin penting dalam mendorong transformasi masyarakat terhadap *entrepreneurial education* yang terus mengalami peningkatan terutama di perguruan tinggi (Alanazi, 2018; Lorz *et al.*, 2013). Untuk mengatasi hal tersebut pemerintah mengimplementasikan kurikulum kewirausahaan mulai dari jenjang sekolah dasar hingga perguruan tinggi. Tujuan dari kebijakan ini adalah untuk menumbuhkan semangat berwirausaha dikalangan generasi muda, sehingga mereka terdorong untuk menciptakan peluang kerja secara mandiri (Tiana & Sudarwanto, 2025). Sebagai penyelenggara pendidikan tinggi, perguruan tinggi berperan strategis dalam mengembangkan sumber daya manusia yang tidak hanya kompeten untuk memasuki pasar kerja, tetapi juga memiliki kapasitas kewirausahaan sehingga mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru. Salah satu peran vital pendidikan tinggi adalah membentuk dan mengembangkan *entrepreneurial behavior*, yaitu perilaku yang mencerminkan keberanian mengambil risiko, inisiatif, serta kemampuan melihat dan memanfaatkan peluang bisnis (Metallo *et al.*, 2021; Shirokova *et al.*, 2016).

Entrepreneurial behavior berkaitan erat dengan cara individu mengekspresikan diri dan merespons dinamika lingkungan sekitarnya. Hal ini tercermin dari kemampuan berpikir rasional, mengantisipasi perubahan, serta memilih solusi yang tepat dalam menghadapi tantangan (Mainti *et al.*, 2024). Pendapat lain oleh Bird dan Schjoedt (2017) menjelaskan bahwa *entrepreneurial behavior* mencakup tindakan atau pernyataan yang dibuat oleh seorang wirausahawan dalam mengambil keputusan bisnis, menjalankan aktivitas usaha, serta merancang pengembangan usaha ke depan. *Entrepreneurial behavior* menuntut mahasiswa untuk memiliki keberanian dalam

pengambilan resiko, kreativitas, ketekunan, kepercayaan diri, dan komitmen dalam menjalankan usaha.

Tabel 1. Tracer Study Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya

No	Uraian	Jumlah	Percentase %
	Jumlah Pengisi Tracer Study	682	
1.	Bekerja	518	76%
2.	Wirausaha	120	17,60%
3.	Melanjutkan Study	30	4,4%
4.	Belum atau sedang mencari pekerjaan	14	2,05%

Sumber: Tracer Study Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya 2024

Tabel menunjukkan dari total 682 alumni Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya yang telah mengisi tracer studi diketahui jumlah paling banyak adalah alumni yang bekerja yaitu sebesar 518 atau 76% dari total populasi, sementara itu alumni yang menjalani profesi kewirausahaan hanya 120 alumni atau 17,60% dari total populasi. Data tersebut menunjukkan bahwasannya mayoritas lulusan lebih memilih bekerja di bidang yang lain daripada menjadi seorang wirausaha. Rendahnya jumlah lulusan yang memilih menjadi seorang wirausaha dapat mencerminkan masih kurangnya perilaku berwirausaha di kalangan alumni. Fakta tersebut menegaskan bahwa *entrepreneurial behavior* tidak muncul secara otomatis, sehingga diperlukan pemahaman yang lebih komperhensif mengenai berbagai faktor yang mempengaruhi pembentukannya. Perilaku ini tidak terbentuk secara singkat, melainkan melalui proses pendidikan, pembentukan sikap, serta penguatan keyakinan dan motivasi internal individu seperti *entrepreneurial self efficacy*, *entrepreneurial passion*, *motivation*, *entrepreneurial education* (Otache, 2025; Pranatasari, 2020; Sun, 2020). Maka dari itu perlunya penyelenggaraan pendidikan yang mendorong pengembangan wirausaha.

Entrepreneurial education merupakan upaya sistematis untuk menanamkan nilai, keterampilan, serta pengetahuan yang dibutuhkan untuk memulai dan mengembangkan usaha (Alain & Liñán, 2014; Jena, 2020). Pendidikan ini tidak hanya memberikan materi konseptual, tetapi juga praktik dan pengalaman yang relevan untuk menumbuhkan sikap dan perilaku kewirausahaan. Menurut Martínez-González *et al.*, (2019) seseorang dikatakan yang mempunyai latar belakang pendidikan (*entrepreneurial education*) cenderung lebih siap untuk *survive* dalam berwirausaha. *Entrepreneurial education* memiliki peran krusial pada pembentukan *entrepreneurial behavior* mahasiswa. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pendidikan kewirausahaan yang diberikan oleh kampus, maka semakin besar pula dorongan bagi mahasiswa untuk menjadi wirausahawan (Murray & Crammond, 2020). Di Universitas Negeri Surabaya sendiri *entrepreneurial education*

telah diterapkan melalui program-program dan mata kuliah yang mendorong pembentukan *entrepreneurial behavior* mahasiswa. Harapannya *entrepreneurial education* memberikan pengetahuan dan pengalaman yang berharga, sehingga dapat membentuk sikap positif individu terhadap kewirausahaan.

Entrepreneurial behavior tidak hanya terbentuk dari adanya pendidikan saja, tetapi terdapat faktor dalam diri individu itu sendiri seperti *entrepreneurial passion*. *Passion* ini menjadi faktor pendorong untuk individu agar tetap bertahan dan terus berinovasi dalam menghadapi tantangan berwirausaha. Mahasiswa yang memiliki *passion* biasanya lebih ulet, berani mengambil risiko, dan menunjukkan kreativitas tinggi dalam menjalankan bisnis. Menurut Cardon *et al.*, (2009) *entrepreneurial passion* dapat mendorong perilaku inisiatif, inovatif, dan proaktif karena hasrat tersebut menjadikan aktivitas kewirausahaan bukan sekadar pekerjaan, tetapi sesuatu yang bermakna secara pribadi. Selain itu, penelitian dari Obschonka *et al.*, (2019) menunjukkan bahwa individu dengan tingkat *entrepreneurial passion* yang tinggi lebih konsisten menunjukkan *entrepreneurial behavior*, seperti pengambilan keputusan strategis, orientasi pada peluang, dan ketekunan menghadapi tantangan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bila *entrepreneurial passion* berperan sebagai salah satu faktor pendorong utama terbentuknya *entrepreneurial behavior* yang efektif dan berkelanjutan.

Akan tetapi, *passion* saja tidak cukup jika tidak didukung oleh keyakinan akan kemampuan diri sendiri. Di sinilah peran *entrepreneurial self efficacy* menjadi sangat krusial. *Entrepreneurial self efficacy* berpedoman pada keyakinan individu atas kapasitasnya untuk berhasil dalam tugas-tugas kewirausahaan, seperti membuat rencana bisnis, mencari modal, mengelola risiko, hingga mengambil keputusan strategis (Chen *et al.*, 1998; Neneh, 2019). Keyakinan ini menjadi faktor kunci yang menjembatani pengaruh *education* dan *passion* terhadap tindakan nyata. Penelitian oleh Li *et al.*, (2020) dan Feng dan Chen (2020) menunjukkan bahwa *self-efficacy* memainkan peran mediasi yang signifikan dalam membentuk *entrepreneurial behavior*, terutama pada kelompok mahasiswa. Penelitian oleh Sun (2020) menunjukkan bahwa efek *entrepreneurial passion* pada *entrepreneurial behavior* sepenuhnya dimediasi oleh *entrepreneurial self efficacy*. Untuk memahami proses pembentukan *entrepreneurial behavior* secara menyeluruh, Teori utama yang relevan adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB) dari Ajzen (1991), yang memaparkan bila perilaku manusia didasarkan oleh niat perilaku, yang dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol atas perilaku (*perceived behavioral control*). *Entrepreneurial self efficacy* dalam konteks ini merupakan bagian dari *perceived behavioral control*, sebagai penentu seberapa jauh seseorang merasa mampu menjalankan aktivitas wirausaha.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa keterkaitan antara *entrepreneurial education* dan *entrepreneurial behavior* masih menghasilkan temuan yang inkonsisten. Beberapa penelitian menemukan bahwa *entrepreneurial education* memberikan positif

terhadap *entrepreneurial behavior* (Duong *et al.*, 2022; Otache, 2025). Sedangkan penelitian lain menunjukkan bila *entrepreneurial education* secara langsung yang signifikan tidak memengaruhi *entrepreneurial behavior* (Galvão *et al.*, 2018; Hamzah *et al.*, 2016; Sargani *et al.*, 2020). Inkonsistensi tersebut mengindikasikan bahwa terdapat *entrepreneurial self efficacy* yang dapat menjelaskan bagaimana pendidikan kewirausahaan diterjemahkan menjadi *entrepreneurial behavior*.

Selain itu, penelitian mengenai *entrepreneurial passion* masih lebih banyak difokuskan pada *entrepreneurial intention*, sedangkan kajian yang menghubungkan *entrepreneurial passion* secara langsung dengan *entrepreneurial behavior* masih relatif terbatas, khususnya pada konteks mahasiswa di Indonesia (Faradillah & Utami, 2023; Sunardi, 2022; Wolo *et al.*, 2023). Di sisi lain, penelitian yang menguji *entrepreneurial self efficacy* sebagai mediator dalam hubungan antara *entrepreneurial passion* dan *entrepreneurial behavior* juga masih belum banyak dilakukan, terutama pada mahasiswa yang telah memperoleh pendidikan kewirausahaan sekaligus telah memiliki pengalaman menjalankan usaha. Kondisi tersebut memperkuat urgensi penelitian ini secara teoritis, karena diperlukan model yang menjelaskan psikologis yang menghubungkan faktor pendidikan dan faktor internal individu dengan perilaku kewirausahaan. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi dasar bagi perguruan tinggi untuk tidak hanya meningkatkan kuantitas program kewirausahaan tetapi juga merancang pembelajaran yang mampu memperkuat keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan berwirausaha dan mendorong mereka melakukan tindakan kewirausahaan secara nyata.

Urgensi penelitian ini semakin diperkuat oleh kenyataan bahwa sebagian besar kajian terdahulu mengenai *entrepreneurial education* dan *entrepreneurial passion* masih berfokus pada *entrepreneurial intention* sebagai luaran akhir, padahal niat berwirausaha tidak secara otomatis terealisasi menjadi tindakan nyata (Shirokova *et al.*, 2016). Kesenjangan antara niat dan perilaku aktual ini menegaskan perlunya kajian yang secara khusus menelaah *entrepreneurial education* sebagai variabel terikat dengan mempertimbangkan *entrepreneurial self efficacy* yang menjembatani pengaruh pendidikan dan *passion* terhadap tindakan kewirausahaan yang sesungguhnya. Oleh karena itu, *novelty* dari penelitian ini adalah penyusunan model integratif yang menguji secara bersamaan pengaruh *entrepreneurial education* dan *entrepreneurial passion* terhadap *entrepreneurial behavior* dengan memasukkan *entrepreneurial self efficacy* sebagai variabel mediasi. Tanpa pemahaman yang memadai mekanisme tersebut, program-program kewirausahaan di perguruan tinggi berisiko hanya meningkatkan minat tanpa mendorong tindakan nyata mahasiswa berwirausaha. Penelitian ini penting dan mendesak dilakukan untuk memberikan dasar empiris bagi perancangan intervensi pendidikan kewirausahaan yang lebih tepat sasaran dan efektif dalam mendorong lahirnya perilaku kewirausahaan mahasiswa secara nyata.

Tinjauan Literatur

Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior oleh (Ajzen, 1991) menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh niat (*intention*), yang terbentuk dari tiga faktor utama, (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), serta kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*). Dalam konteks kewirausahaan, TPB relevan untuk memahami bagaimana *entrepreneurial behavior* terbentuk dari niat untuk berwirausaha. Niat ini dipengaruhi oleh sikap positif terhadap kewirausahaan, dukungan sosial dari lingkungan, serta keyakinan individu atas kemampuannya menghadapi tantangan bisnis. Ketika niat tersebut kuat, individu cenderung terdorong untuk mengambil tindakan nyata dalam memulai dan mengelola usaha. Meski demikian, TPB juga mengakui bahwa faktor eksternal bisa menghambat realisasi niat menjadi tindakan. Indrayanti & Iskandar (2020) menegaskan bahwa minat atau niat berwirausaha memiliki peran penting dalam membentuk perilaku kewirausahaan. Dengan demikian, TPB memberikan kerangka teoretis yang kuat untuk menjelaskan bagaimana proses kognitif individu memengaruhi keputusan dan tindakan berwirausaha.

Entrepreneurial Education

Entrepreneurial education menurut pendapat dari Asdar *et al.*, (2024) merupakan proses belajar mengajar yang berfokus pada pengembangan pengetahuan, keterampilan, sikap, dan karakter kewirausahaan, yang disesuaikan dengan usia serta tahap perkembangan peserta didik. *Entrepreneurial education* memuat mengenai pedoman dan gambaran dalam berwirausahaan seperti mencipta, merintis, dan mengelola strategi untuk menjalankan usaha yang dikemas dalam program pendidikan (Naiborhu & Susanti, 2021). Menurut Amofah & Saladrignes (2022), *entrepreneurial education* mencakup berbagai bentuk program, kegiatan, atau proses yang dirancang untuk menumbuhkan sikap dan kemampuan dalam bidang kewirausahaan.

Entrepreneurial Passion

Passion merupakan perasaan positif yang intens dan disadari secara penuh, yang muncul ketika seseorang terlibat dalam aktivitas kewirausahaan yang dianggap memiliki makna dan peran penting dalam membentuk identitas dirinya sebagai seorang wirausahawan (Zollo *et al.*, 2021). *Passion* ditandai sebagai karakteristik utama dari seorang wirausahawan telah diakui sebagai faktor penting dalam menjelaskan perilaku kewirausahaan (Sun, 2020). Menurut Cardon *et al.*, (2009) *entrepreneurial passion* adalah rasa antusiasme, kecintaan, emosi positif, dan keterikatan emosional yang kuat terhadap aktivitas kewirausahaan. Pendapat lain mengenai *entrepreneurial passion* diungkapkan Appelhoff *et al.*, (2016) yang

merupakan suatu emosi positif dalam diri yang kuat terhadap aktivitas dan tugas berkaitan dengan aktivitas wirausaha.

Entrepreneurial Self Efficacy

Entrepreneurial self efficacy adalah keyakinan seseorang bahwa ia mampu menjalankan tugas dan tanggung jawab yang diperlukan untuk mencapai kesuksesan dalam menjalankan bisnis (Chen *et al.*, 1998). Secara umum diakui bahwa *entrepreneurial self efficacy*, yaitu keyakinan seseorang terhadap kemampuannya dalam melaksanakan tugas dan peran yang bertujuan untuk mencapai hasil kewirausahaan (Chen *et al.*, 1998), memainkan peran penting dalam menentukan apakah seseorang akan memilih karier sebagai wirausahawan dan terlibat dalam perilaku kewirausahaan (Newman *et al.*, 2019).

Entrepreneurial Behavior

Entrepreneurial behavior merupakan kemampuan seseorang dalam mewujudkan ide-ide menjadi langkah konkret yang mengarah pada pembentukan usaha baru (Shirokova *et al.*, 2016). *Entrepreneurial behavior* merupakan hasil dari proses perkembangan individu yang terjadi melalui interaksi dengan lingkungan sekitarnya. Lingkungan tersebut mencakup jaringan sosial, sumber daya manusia, serta beragam unsur kreatif yang mendukung tumbuhnya semangat kewirausahaan (Botha & Sibeko, 2024; Karen L. Williams Middleton, 2010; Orrensalo *et al.*, 2024). Bird & Schjoedt (2017) menjelaskan bahwa *entrepreneurial behavior* mencakup tindakan atau pernyataan yang dibuat oleh seorang wirausahawan dalam mengambil keputusan bisnis, menjalankan aktivitas usaha, serta merancang pengembangan usaha ke depan.

Entrepreneurial Education terhadap Entrepreneurial Behavior

Entrepreneurial education memiliki peran yang penting dalam memebentuk dan mendorong *entrepreneurial behavior*. Berdasarkan tinjauan dari Marvel *et al.*, (2016), pendidikan adalah salah satu cara paling umum untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Sementara itu, *entrepreneurial behavior* dipandang sebagai hasil langsung dari kegiatan kewirausahaan (Cui, 2021). Dalam pembelajarannya *entrepreneurial education* tidak hanya memberikan pengetahuan secara teoritis saja, akan tetapi juga turut membentuk pola pikir kewirausahaan yang esensial dalam menghadapi tantangan serta risiko di dunia bisnis (Wati *et al.*, 2025). Penelitian yang dilakukan Iswahyudi & Iqbal (2018) menyatakan bahwa salah satu cara efektif untuk meningkatkan jumlah wirausahawan adalah dengan memberikan pendidikan yang berfokus pada kewirausahaan. Sebab *entrepreneurial education* merupakan aspek penting untuk memberikan bekal, sikap dan persiapan diri sehingga dapat menjadi wirausahawan (Sekarini & Marlina, 2020). Penelitian oleh Rauch & Hulsink (2015) menunjukkan bahwa mahasiswa yang mengikuti program kewirausahaan cenderung memiliki *entrepreneurial behavior* yang lebih tinggi. Hasil studi dari Duong *et al.*, (2022) juga memperkuat hal ini, dengan menunjukkan bahwa *entrepreneurial education* secara

langsung dan positif membentuk *entrepreneurial behavior* mahasiswa di Vietnam. Artinya, *entrepreneurial education* memang dirancang untuk mendorong mahasiswa agar lebih siap dan aktif dalam berwirausaha.

H₁: *Entrepreneurial education* berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial behavior* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya

Entrepreneurial Education terhadap Entrepreneurial Self Efficacy

Entrepreneurial education memiliki pengaruh yang terhadap peningkatan *entrepreneurial self-efficacy* mahasiswa dalam berwirausaha (Dharmanegara *et al.*, 2022), yakni keyakinan diri individu atas kemampuannya dalam melaksanakan kegiatan kewirausahaan. Semakin efektif dan menarik pembelajaran kewirausahaan seperti mata kuliah yang diminati mahasiswa, mendorong semangat belajar, membentuk sikap kewirausahaan, menumbuhkan minat membaca kisah sukses pengusaha, dan memotivasi untuk belajar sebelum memulai usaha maka akan semakin meningkat pula kepercayaan diri mahasiswa untuk menjadi seorang wirausahawan (Bischoff *et al.*, 2018; Rauch & Hulsink, 2015). Penelitian oleh Nowiński *et al.*, (2017) mengungkapkan bahwa mahasiswa yang mengikuti program pendidikan kewirausahaan menunjukkan tingkat *entrepreneurial self efficacy* yang lebih tinggi, terutama karena pengaruh pengalaman langsung dan paparan terhadap praktik bisnis. Hasil ini juga memperkuat penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa *entrepreneurial education* punya peran penting dalam meningkatkan keyakinan diri mahasiswa untuk memulai usaha (Bischoff *et al.*, 2018; Wegner *et al.*, 2020). Jadi, untuk membentuk rasa *entrepreneur self efficacy* yang kuat dalam berwirausaha, penting bagi kampus untuk menyelenggarakan *entrepreneurial education* yang berkualitas.

H₂: *Entrepreneurial education* berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial self efficacy* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya

Entrepreneurial Passion terhadap Entrepreneurial Behavior

Entrepreneurial passion adalah perasaan positif dan semangat tinggi terhadap kegiatan yang dianggap penting bagi jati diri seseorang (Huyghe *et al.*, 2016). *Passion* sering disebut sebagai inti dari semangat berwirausaha karena dapat mendorong seseorang untuk bertindak, membangun usaha, dan mencapai hasil yang diinginkan (Cardon *et al.*, 2013; Santos & Cardon, 2019). Menurut Vallerand *et al.*, (2014) *passion* muncul ketika seseorang sangat menyukai suatu kegiatan dan ingin melakukannya dengan penuh energi dan antusiasme. *Entrepreneurial passion* atau hasrat kewirausahaan memiliki peran penting dalam mendorong terbentuknya *entrepreneurial behavior*. Menurut Cardon *et al.*, (2009) *entrepreneurial passion* dapat mendorong perilaku inisiatif, inovatif, dan proaktif karena hasrat tersebut menjadikan aktivitas kewirausahaan bukan sekadar pekerjaan, tetapi sesuatu yang bermakna secara pribadi. Selain itu, penelitian dari Obschonka *et al.*, (2019)

menunjukkan bahwa individu dengan tingkat *entrepreneurial passion* yang tinggi lebih konsisten menunjukkan *entrepreneurial behavior*, seperti pengambilan keputusan strategis, orientasi pada peluang, dan ketekunan menghadapi tantangan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *entrepreneurial passion* menjadi salah satu faktor pendorong utama terbentuknya *entrepreneurial behavior* yang efektif dan berkelanjutan.

H₃: *Entrepreneurial passion* berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial behavior* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya

Entrepreneurial Passion terhadap Entrepreneurial Self Efficacy

Hubungan antara *entrepreneurial passion* dan *entrepreneurial self-efficacy* telah menjadi fokus perhatian dalam kajian kewirausahaan. Individu dengan hasrat kewirausahaan yang tinggi cenderung terdorong untuk mengidentifikasi peluang baru secara serius (Cardon *et al.*, 2005; Jarvis, 2016) dan mengembangkan ide-ide inovatif untuk mengatasi tantangan dalam memulai usaha. Ini menunjukkan bahwa hasrat dapat membangkitkan keyakinan diri untuk menghadapi hambatan dengan solusi kreatif, yang merupakan inti dari *self-efficacy*. Orang yang memiliki hasrat tinggi terhadap kewirausahaan juga cenderung melihat diri mereka mampu menjadi seorang wirausahawan. Ini berarti bahwa *passion* memengaruhi persepsi positif individu terhadap kemampuannya sendiri, yaitu meningkatkan efikasi diri. Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Neneh (2022), terungkap bahwa *entrepreneurial passion* memiliki dampak positif terhadap *entrepreneurial self-efficacy*. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian lain seperti yang dilakukan oleh Li *et al.*, (2020), yang juga menunjukkan adanya pengaruh positif antara *entrepreneurial passion* dan *entrepreneurial self-efficacy*. Dapat dikatakan *passion* memberikan energi emosional dan motivasi untuk menyelesaikan tugas-tugas kewirausahaan dengan penuh semangat (Vallerand *et al.*, 2014). Energi dan motivasi ini memperkuat keyakinan kognitif seseorang bahwa mereka mampu berhasil, yang merupakan dasar dari *entrepreneurial self efficacy*.

H₄: *Entrepreneurial passion* berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial self efficacy* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya

Entrepreneurial Self Efficacy terhadap Entrepreneurial Behavior

Menurut teori perilaku terencana dari Ajzen (1991), niat seseorang muncul dari keyakinan dan pandangan mereka terhadap suatu tindakan. Beberapa peneliti menyatakan bahwa niat berwirausaha pada akhirnya akan mengarah pada tindakan nyata dalam menjalankan usaha (Shirokova *et al.*, 2016; Yi, 2020). Bahkan, studi dari Neneh (2019) menunjukkan bahwa niat berwirausaha adalah faktor paling kuat yang memengaruhi munculnya perilaku kewirausahaan. Untuk mewujudkan niat tersebut, seseorang membutuhkan komitmen pribadi yang tinggi. Penelitian sebelumnya juga menjelaskan bahwa tindakan kewirausahaan merupakan wujud nyata dari niat berwirausaha, dan *self-efficacy* memiliki peran penting dalam membentuk niat serta

tindakan tersebut (Darmanto & Yuliari, 2018; Neneh, 2019). Artinya, orang yang percaya diri dengan kemampuannya cenderung lebih siap untuk bertindak. Mereka yang memiliki keyakinan tinggi akan lebih konsisten menjalankan usahanya dibandingkan dengan yang kurang percaya diri.

H₅: *Entrepreneurial self efficacy* berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial behavior* pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya

Entrepreneurial Education terhadap *Entrepreneurial Behavior* dengan *Entrepreneurial Self Efficacy* sebagai variabel mediasi

Entrepreneurial education tidak hanya memberikan pengetahuan dan keterampilan dasar tentang bagaimana memulai dan menjalankan bisnis, tetapi juga berperan penting dalam membentuk *entrepreneurial behavior*. Namun, pengaruh ini tidak selalu terjadi secara langsung. Salah satu faktor penting yang menjadi penghubung atau perantara adalah *entrepreneurial self efficacy*. *Self efficacy* yang tinggi mendorong *entrepreneurial behavior* pada mahasiswa (Crespo *et al.*, 2018), mereka akan merasa lebih percaya diri terhadap kemampuan mereka untuk menjalankan aktivitas kewirausahaan. Penelitian yang dilakukan Dharmanegara *et al.*, (2022) variabel *entrepreneurial self efficacy* mampu secara signifikan memediasi pengaruh *entrepreneurial education* terhadap *entrepreneurial behavior* mahasiswa di Bali. Diperkuat penelitian oleh Gyang *et al.*, (2023) bahwa pendidikan kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial behavior*, dengan *self efficacy* sebagai mediator. Pembelajaran yang berpusat pada mahasiswa dapat meningkatkan kepercayaan diri dan mendorong mereka untuk berwirausaha. Semakin tinggi *entrepreneurial self efficacy* semakin tinggi juga *entrepreneurial behavior* seseorang.

H₆: *Entrepreneurial education* berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial behavior* dengan *entrepreneurial self efficacy* sebagai variabel mediasi pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya

Entrepreneurial Passion terhadap *Entrepreneurial Behavior* dengan *Entrepreneurial Self Efficacy* sebagai variabel mediasi

Entrepreneurial passion atau gairah kewirausahaan merupakan dorongan emosional yang kuat terhadap aktivitas kewirausahaan dan menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk perilaku wirausaha seseorang. Ketika seseorang memiliki semangat yang tinggi terhadap dunia usaha, mereka akan lebih termotivasi untuk mencari peluang, mengatasi tantangan, dan bertindak secara proaktif. Namun, pengaruh *passion* ini tidak selalu langsung terlihat dalam tindakan nyata. Di sinilah peran *entrepreneurial self-efficacy* sebagai variabel mediasi menjadi penting. Penelitian yang dilakukan Li *et al.*, (2020) dalam penelitian ini dijelaskan bahwa individu yang memiliki tingkat *passion* yang tinggi terhadap aktivitas kewirausahaan cenderung memiliki kepercayaan diri yang lebih kuat dalam kemampuan mereka untuk sukses menjalankan usaha. Kepercayaan diri inilah yang kemudian mendorong mereka

untuk benar-benar melakukan tindakan kewirausahaan, seperti menciptakan ide bisnis, mengambil risiko, atau memulai usaha. Penelitian lain yang memperkuat yaitu Sun (2020) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengaruh *entrepreneurial passion* terhadap *entrepreneurial behavior* dimediasi sepenuhnya oleh *entrepreneurial self efficacy*. Artinya hasrat atau semangat kewirausahaan yang tinggi akan meningkatkan keyakinan diri seseorang terhadap kemampuannya dalam menjalankan aktivitas kewirausahaan.

H_r: *Entrepreneurial passion* berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial behavior* dengan *entrepreneurial self efficacy* sebagai variabel mediasi pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya

Metode Penelitian

Explanatory design digunakan sebagai pendekatan dalam penelitian ini, untuk menerangkan bagaimana hasil dari sampel dapat digeneralisasikan kepada populasi, serta menjelaskan adanya hubungan, perbedaan, atau pengaruh antarvariabel dalam suatu hipotesis penelitian (Sari *et al.*, 2023). Selain itu, pendekatan ini juga efektif dalam menguji hipotesis dan memvalidasi teori-teori yang telah ada dengan dukungan data kuantitatif yang terukur dan memiliki objektivitas tinggi.

Penelitian ini dilakukan di Universitas Negeri Surabaya pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis pada bulan Mei hingga Juli 2025. Penelitian ini memiliki populasi yang mencakup seluruh mahasiswa FEB UNESA yang sudah menyelesaikan mata kuliah kewirausahaan, praktik kewirausahaan, dan telah berwirausaha secara mandiri. Sampel ditentukan menggunakan *purposive sampling* menetapkan kriteria yang relevan oleh peneliti. Peneliti membuat kriteria yang ditetapkan sebagai sampel yaitu; (1) mahasiswa S1 FEB Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2021-2022 yang aktif dan tidak sedang cuti, (2) mahasiswa yang berusia 20 – 23 tahun, (3) mahasiswa yang telah mengampu mata kuliah kewirausahaan dan praktik kewirausahaan, (4) mahasiswa yang sedang memiliki usaha baik secara online maupun offline secara mandiri.

Penelitian ini menggunakan analisis SEM sebagai metode analisis data. Hair *et al.*, (2010) mengatakan jumlah minimum sampel yang dianjurkan adalah sekitar 10 kali lipat dari total indikator yang digunakan dalam penelitian. Secara umum, ukuran sampel yang melebihi 100 responden dianggap lebih ideal. Jumlah sampel yang ideal biasanya berada dalam rentang 100 hingga 200 responden (Hair *et al.*, 2010). Dalam penelitian ini, variabel dengan jumlah indikator terbanyak memiliki 15 indikator. Dengan demikian, maka jumlah minimum sampel yang dibutuhkan adalah $10 \times 15 = 150$ responden. Dengan demikian, penelitian ini menetapkan jumlah sampel sebanyak 150 mahasiswa yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuisioner berupa Google Form. Instrumen dalam penelitian ini mempergunakan skala Likert dengan skor 1 (Sangat Tidak Setuju), skor 2 (Tidak

Setuju), skor 3 (Ragu-ragu), skor 4 (Setuju), skor 5 (Sangat Setuju). Penerapan skala tersebut mampu mengukur sikap, persepsi, dan tingkat persetujuan responden secara sistematis sehingga diperoleh data yang dapat mempresentasikan kondisi responden secara objektif.

Data dianalisis menggunakan SmartPLS4 dengan pendekatan *Structural Equation Modeling* (SEM). Analisis model menggunakan SEM memiliki dua tahapan utama yaitu uji *outer model* dan *inner model*. Tahap *outer model* bertujuan untuk mengkaji sejauh mana indikator secara valid dan reliabel mempresentasikan konstruk laten yang diukur. Uji ini mencakup tiga komponen utama, yaitu *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *construct reliability*. Tahap *inner model* difokuskan pada pengujian keterkaitan antarvariabel laten dalam model, dengan cara menganalisis kekuatan dan signifikansi hubungan tersebut, nilai yang dianggap signifikan apabila $p\text{-value} < \text{dari batas signifikansi yang ditetapkan}$, yakni 0,05.

Hasil dan Pembahasan

1. Karakteristik Deskriptif Responden

Pada bagian ini diawali dengan karakteristik responden. Karakteristik responden diperoleh dari data hasil penyebaran kuisioner. Data yang diberikan meliputi pertanyaan mengenai karakteristik responden. Populasi yang peneliti gunakan, yaitu seluruh mahasiswa S1 Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya. Populasi dikerucutkan menjadi katageri seluruh mahasiswa FEB UNESA yang telah memiliki atau berwirausaha secara mandiri. Sampel diperoleh dari populasi pada penelitian ini adalah 150 responden yang telah mengisi pada kuisioner penelitian. Karakteristik responden dikategorikan menjadi 4 bagian yaitu, usia, jenis kelamin, angkatan, dan prodi pendidikan. Informasi hasil penelitian ditampilkan pada tabel di bawah.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Usia	Jumlah Responden	Persentase
20	9	6%
21	61	41%
22	69	46%
23	11	7%
Total	150	100%
Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-laki	58	39%
Perempuan	92	61%
Total	150	100%
Angkatan	Jumlah Responden	Persentase
2021	68	45%

2022	82	55%
Total	150	100%
Prodi	Jumlah Responden	Persentase
S1 Akuntansi	24	16%
S1 Ekonomi	19	13%
S1 Ekonomi Islam	18	12%
S1 Manajemen	31	21%
S1 Bisnis Digital	15	10%
S1 Pendidikan Administrasi Perkantoran	9	6%
S1 Pendidikan Akuntansi	12	8%
S1 Pendidikan Bisnis	12	8%
S1 Pendidikan Ekonomi	10	7%
Total	150	100%

Sumber: Hasil Olah Data Primer

Tabel 2 menggambarkan karakteristik 150 responden secara rinci yang terdiri dari usia, jenis kelamin, angkatan, dan prodi. Jika berdasarkan usia paling banyak diisi oleh responden yang berusia 22 tahun yaitu terdapat 69 responden atau 46%. Didasarkan oleh jenis kelamin paling banyak responden perempuan sebesar 92 responden atau 61% diisi oleh perempuan. Angkatan yang paling banyak adalah angkatan 2022 sejumlah 82 responden atau 55% dari sampel. Dari 9 prodi yang paling banyak adalah prodi S1 manajemen yaitu 31 reponden atau 21%.

2. Analisis Outer Model

Hubungan antar konstruk laten dan indikatornya dilakukan menggunakan uji *outer model*. Pengujian utama yang dilakukan dalam outer model meliputi validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk.

a. Convergent Validity

Nilai *outer loading* diperoleh melalui analisis hubungan antara tiap indikator dengan konstruk atau variabel laten yang dipresentasikannya. Menurut Savitri *et al.*, (2021) nilai korelasi > 0,70 adalah batas kriteria validitas.

Tabel 3. Convergent Validity

Variabel					
Entrepreneurial Education			Entrepreneurial Passion		
Indikator	Loading Factor	Keterangan	Indikator	Loading Factor	Keterangan
EE3	0.841	Valid	EP1	0.823	Valid
EE4	0.783	Valid	EP2	0.876	Valid
EE5	0.799	Valid	EP3	0.832	Valid

EE6	0.871	Valid	EP4	0.856	Valid	
EE7	0.794	Valid	EP5	0.872	Valid	
EE8	0.823	Valid	EP6	0.803	Valid	
EE9	0.811	Valid	EP7	0.799	Valid	
EE10	0.864	Valid	EP8	0.868	Valid	
EE11	0.839	Valid	EP9	0.799	Valid	
EE12	0.800	Valid	Entrepreneurial Behavior			
EE13	0.789	Valid	Indikator	Loading Factor	Keterangan	
EE14	0.845	Valid		EB1	0.824	Valid
EE15	0.874	Valid		EB2	0.798	Valid
Entrepreneurial Self Efficacy			EB3	0.827	Valid	
Indikator	Loading Factor	Keterangan	EB4	0.857	Valid	
			ESE1	0.837	Valid	
ESE2	0.827	Valid	EB6	0.851	Valid	
ESE3	0.814	Valid	EB7	0.836	Valid	
ESE4	0.830	Valid	EB8	0.821	Valid	
ESE5	0.813	Valid	EB9	0.790	Valid	
ESE6	0.850	Valid	EB10	0.813	Valid	
ESE7	0.821	Valid	EB11	0.827	Valid	
ESE8	0.818	Valid	EB12	0.848	Valid	
ESE9	0.819	Valid	EB13	0.836	Valid	
ESE10	0.815	Valid	EB14	0.821	Valid	
ESE11	0.871	Valid	EB15	0.866	Valid	
ESE12	0.797	Valid	EB16	0.837	Valid	
ESE13	0.887	Valid	EB17	0.788	Valid	
ESE14	0.847	Valid	EB18	0.821	Valid	
ESE15	0.825	Valid	EB19	0.837	Valid	
ESE16	0.852	Valid				

Sumber: Hasil Olah Data Primer

Hasil *evaluasi convergent validity* menunjukkan bahwa setiap variabel memperoleh nilai loading factor $> 0,70$ kecuali indikator EE1 dan EE2. Hal tersebut menandakan bahwa semua indikator pernyataan dinyatakan valid.

Hasil estimasi *AVE* terlihat pada table 4.10 dikatakan valid sebab memiliki nilai *AVE* $> 0,5$.

Tabel 4. *Convergent Validity Average Variance Extracted (AVE)*

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance
----------	------------------	-------	-----------------------	------------------

				Extranced (AVE)
Entrepreneurial Behavior	0.975	0.975	0.977	0.686
Entrepreneurial Education	0.961	0.961	0.965	0.683
Entrepreneurial Passion	0.964	0.965	0.968	0.701
Entrepreneurial Self Efficacy	0.971	0.971	0.973	0.694

Sumber: Hasil Olah Data Primer

Pada table 4. *Avarage Variance Extracted* (AVE), nilai AVE *entrepreneurial behavior* sebesar 0,686. *Entrepreneurial education* 0,683. *Entrepreneurial passion* 0,701. *Entrepreneurial self efficacy* sebesar 0,694. Disimpulkan pada hasil tersebut nilai untuk semua variabel > 0,5.

b. *Discriminant Validity*

Fungsi *Discriminant validity* untuk menegaskan jika tiap konstruk di suatu model pengukuran memiliki karakteristik yang berbeda. Nilai pengujian *discriminant validity* dinilai valid jika nilai cross loading > 0,70 jika nilai cross loading < 0,70 maka indikator dinyatakan tidak valid dan harus dikecualikan Hasil terlihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5. *Discriminant Validity*

Entrepreneurial Behavior					Entrepreneurial Education				
Keterangan	EB (Y)	EE (X1)	EP (X2)	ESE (M)	Keterangan	EB (Y)	EE (X1)	EP (X2)	ESE (M)
EB4	0.855	0.748	0.814	0.797	EE4	0.725	0.803	0.751	0.777
EB5	0.842	0.736	0.757	0.768	EE6	0.773	0.888	0.790	0.788
EB6	0.860	0.749	0.782	0.762	EE7	0.713	0.783	0.779	0.779
EB7	0.840	0.733	0.753	0.764	EE8	0.743	0.816	0.808	0.804
EB8	0.827	0.745	0.767	0.752	EE10	0.762	0.883	0.780	0.775
EB9	0.794	0.726	0.708	0.716	EE11	0.740	0.853	0.777	0.746
EB10	0.808	0.745	0.754	0.757	EE12	0.713	0.802	0.765	0.774
EB11	0.834	0.726	0.760	0.762	EE13	0.731	0.786	0.758	0.755
EB12	0.856	0.750	0.779	0.756	EE14	0.737	0.862	0.779	0.751
EB13	0.841	0.735	0.774	0.766	EE15	0.791	0.881	0.831	0.809
EB14	0.822	0.759	0.748	0.768	Entrepreneurial Self Efficacy				
EB15	0.875	0.785	0.794	0.764	Keterangan	EB (Y)	EE (X1)	EP (X2)	ESE (M)
EB16	0.834	0.772	0.802	0.778	ESE1	0.787	0.795	0.791	0.838
EB17	0.796	0.696	0.725	0.728	ESE2	0.742	0.781	0.820	0.822
EB19	0.845	0.734	0.757	0.762	ESE3	0.734	0.756	0.791	0.818
Entrepreneurial Passion					ESE5	0.774	0.732	0.777	0.815

Keterangan	EB (Y)	EE (X1)	EP (X2)	ESE (M)	ESE6	0.780	0.833	0.812	0.849
EP1	0.750	0.756	0.827	0.770	ESE7	0.729	0.754	0.796	0.817
EP2	0.822	0.869	0.876	0.845	ESE8	0.752	0.755	0.795	0.821
EP3	0.773	0.782	0.832	0.795	ESE9	0.752	0.756	0.787	0.818
EP4	0.788	0.809	0.857	0.833	ESE10	0.756	0.766	0.794	0.815
EP5	0.774	0.826	0.872	0.820	ESE11	0.819	0.809	0.828	0.875
EP6	0.749	0.757	0.803	0.785	ESE12	0.699	0.738	0.766	0.796
EP8	0.782	0.792	0.874	0.821	ESE13	0.815	0.845	0.860	0.885
EP9	0.751	0.749	0.800	0.782	ESE14	0.727	0.748	0.772	0.851
EP10	0.773	0.779	0.834	0.820	ESE15	0.766	0.775	0.791	0.829
EP11	0.785	0.794	0.876	0.824	ESE16	0.738	0.759	0.780	0.855
EP12	0.706	0.729	0.779	0.751					

Sumber: Hasil Olah Data Primer

c. *Cronbach's Alpha* dan reliabilitas komposit

Tujuan uji reliabilitas komposit untuk mengukur seberapa jauh indikator dalam satu konstruk menunjukkan konsistensi secara internal. Nilai CR yang mencapai atau melebihi 0,7 dianggap telah memenuhi kriteria kelayakan dalam suatu penelitian.

Tabel 6 *Reability Test*

Variable	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Entrepereneurial Behavior	0.969	0.972
Entrepereneurial Education	0.952	0.959
Entrepereneurial Passion	0.962	0.967
Entrepereneurial Self Efficacy	0.969	0.972

Sumber: Hasil Olah Data Primer

Tabel 6 diatas mengindikasikan reliabilitas komposit dan *Cronbach's Alpha* untuk semua variabel mencapai atau melebihi angka 0,7. Hasil pengujian seluruh variabel penelitian dinyatakan telah memnuhi persyaratan reliabilitas sehingga instrumen yang digunakan memiliki tingkat konsistensi pengukuran yang baik.

3. Analisis *Inner Model*

a. *Predictive Relevance (Q2)*

Tabel 7 *PLS Predictive Relevance*

Variable	Q2 Predict	Intrepretation
----------	------------	----------------

Entrepreneurial Behavior	0,569	Good
Entrepreneurial Self Efficacy	0,607	Good

Sumber: Hasil Olah Data Primer

Nilai Q^2 untuk variabel *entrepreneurial self efficacy* menunjukkan angka 0.607 dan untuk *entrepreneurial behavior* sebesar 0.569, nilai tersebut berada dalam kategori kemampuan prediktif yang baik. Hasil itu memberikan indikasi bila model struktural berelevansi prediktif yang kuat, yang tercermin dari kemampuannya dalam mengestimasi variabel endogen dengan optimal.

b. *R-Square* (R^2)

Berikut disajikan nilai *R-Square* pada penelitian ini.

Tabel 8. *R-Square Value*

Endogenous Variable	R Square	Adjusted R Square
Entrepreneurial Behavior	0.856	0.853
Entrepreneurial Self Efficacy	0.924	0.923

Sumber: Hasil Olah Data Primer

Evaluasi terhadap koefisien determinasi dilakukan menggunakan nilai *Adjusted R-Square*, mengingat model penelitian melibatkan dua variabel independent yaitu *entrepreneurial education* dan *entrepreneurial passion*. Nilai *Adjusted R-Square* variabel *entrepreneurial behavior* sejumlah 0,853, yang mengindikasikan bila 85,3% variasi pada variabel tersebut mampu diuraikan berdasarkan pengaruh variabel independen dalam model penelitian. Sisanya terpengaruh oleh faktor lain diluar model sebesar 14,7%. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa model mampu menjelaskan perubahan pada variabel *entrepreneurial behavior* dengan tingkat kemampuan yang sangat tinggi. Sementara itu, nilai *Adjusted R-Square* pada *entrepreneurial self-efficacy* sebesar 0,923, yang memiliki arti 92,3% variasi variabel tersebut dapat diterangkan oleh variabel independen. Tersisa 7,7% yang terpengaruh dari faktor di luar model. Temuan ini menyatakan bila model penelitian mampu menjelaskan secara kuat faktor-faktor yang memengaruhi *entrepreneurial self efficacy*.

c. *Goodness Of Fit*

Tabel dibawah ini menunjukkan nilai *Goodness of Fit*.

Tabel 9. *Goodness of Fit*

	Model Estimasi	Rule of Thumb	Keterangan
SRMR	0.042	<0,10	Fit
NFI	0.643	Mendekati Nilai 1	Fit

Sumber: Hasil Olah Data Primer

Nilai nilai SRMR $0,042 < \text{batas rekomendasi } 0,10$ mengindikasikan tingkat *goodness of fit* model dikatakan baik. Nilai tersebut menunjukkan bahwa selisih antara matriks kovarians hasil observasi dengan matriks yang diestimasi oleh model relatif kecil, sehingga model dapat dinyatakan sesuai dengan data penelitian. Nilai NFI sebesar $0,643$ model penelitian bisa dinilai mempunyai tingkat kecocokan yang baik dalam mempresentasikan hubungan antar variabel yang diteliti.

4. Hasil Analisis Hipotesis

a. Direct Effect

Hasil analisis ini ditampilkan dengan mengacu pada nilai *t*-statistik atau *p*-value. Suatu hubungan diasumsikan signifikan terlihat dari nilai *p*-value $< 0,05$. Dalam tabel tersebut dapat dikatakan memiliki pengaruh yang signifikan sebab *p*-value $< 0,05$.

Tabel 10. Direct Effect

Variable	Sampel Asli (O)	T Value	P Value	Interpretation
Entrepreneurial Education → Entrepreneurial Behavior	0.169	1.876	0.030	Significant
Entrepreneurial Education → Entrepreneurial Self Efficacy	0.268	3.825	0.000	Significant
Entrepreneurial Passion → Entrepreneurial Behavior	0.444	3.690	0.000	Significant
Entrepreneurial Passion → Entrepreneurial Self Efficacy	0.706	10.337	0.000	Significant
Entrepreneurial Self Efficacy → Entrepreneurial Behavior	0.329	2.278	0.011	Significant

Sumber: Hasil Olah Data Primer

Hubungan antara *entrepreneurial education* dengan *entrepreneurial behavior* menunjukkan efek yang positif, terlihat dari nilai *t*-value berjumlah 1.876 dan *p*-value berjumlah 0.030. Berdasarkan angka tersebut diketahui bahwa *entrepreneurial education* secara signifikan memengaruhi *entrepreneurial behavior*. *Entrepreneurial education* secara signifikan dan positif memengaruhi *entrepreneurial self efficacy* sebagaimana ditunjukkan dari *p*-value 0.000 dan *t*-value 3.825. Hubungan antara *entrepreneurial passion* dengan *entrepreneurial behavior* berhubungan positif dan signifikan terhadap *p*-value 0.000 dan *t*-value 3.690 yang mengindikasikan bahwa

entrepreneurial passion memberikan pengaruh pada *entrepreneurial behavior*. *Entrepreneurial passion* terhadap *entrepreneurial self efficacy* memiliki p-value 0.000 dan nilai t-value 10.337, terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kedua variabel. Hasil yang ditunjukkan oleh tabel 9 antara variabel *entrepreneurial self efficacy* dengan *entrepreneurial behavior* berhubungan yang positif dan bermakna, terlihat dari p-value 0.011 dan t-value 2.278.

b. *Indirect Effect*

Indirect effect pada SEM menunjukkan bila secara tidak langsung antarvariabel saling memengaruhi, yang terjadi melalui variabel perantara. Dinyatakan melalui p-value < 0,05.

Tabel 10 Indirect Effect

Variable	Sampel Asli (O)	T Value	P Value	Interpretation
Entrepreneurial Education → Entrepreneurial Self Efficacy → Entrepreneurial Behavior	0.088	2.044	0.020	Significant
Entrepreneurial Passion → Entrepreneurial Self Efficacy → Entrepreneurial Behavior	0.232	2.165	0.015	Significant

Sumber: Hasil Olah Data Primer

Berdasarkan tabel 10 mendapati jika *entrepreneurial self efficacy* memediasi *entrepreneurial education* mampu memengaruhi *entrepreneurial behavior*, untuk p-value yang diperoleh sebesar 0.020 dan t value 2.044. Maka dapat diinterpretasikan bahwa variabel *entrepreneurial self efficacy*, *entrepreneurial education* berpengaruh terhadap *entrepreneurial behavior*. Pada jalur tersebut memperlihatkan bila *entrepreneurial self efficacy* memediasi *entrepreneurial passion* untuk memengaruhi *entrepreneurial behavior*, untuk p-value yang diperoleh sebesar 0.015 dan t-value 2.165. Selain itu nilai *path coefficient* terlihat positif, maka dapat diinterpretasikan bahwa variabel *entrepreneurial self efficacy* memediasi *entrepreneurial passion* terhadap *entrepreneurial behavior*.

Pembahasan

Entrepreneurial Education on Entrepreneurial Behavior

Hasil penelitian antara *entrepreneurial education* dengan *entrepreneurial behavior* menunjukkan efek yang positif, terlihat dari nilai t-statistik 1.876 dan p-value 0.030. Hasil analisis kuantitatif memperlihatkan bila *entrepreneurial education* secara positif

dan signifikan memengaruhi *entrepreneurial behavior*. Berdasarkan angka tersebut diketahui bahwa *entrepreneurial education* memberikan pengaruh yang besar terhadap *entrepreneurial behavior* mahasiswa. Selain memiliki fungsi sebagai sarana transfer pengetahuan *entrepreneurial education* juga berperan sebagai proses pembelajaran yang dirancang untuk membentuk pola pikir, keterampilan, dan sikap kewirausahaan (Jena, 2020; Martínez-González *et al.*, 2019). Jena (2020) dalam tiga komponen utama: *cognitive component* (pemahaman terhadap konsep kewirausahaan), *affective component* (perasaan positif terhadap kewirausahaan), dan *behavioral component* (kesiapan bertindak dalam konteks kewirausahaan). Ketiga komponen tersebut berperan dalam mendorong mahasiswa untuk tidak hanya belajar tentang bisnis, tetapi juga mengambil keputusan, memulai, dan mengelola usaha secara mandiri.

Temuan pada penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa merespon positif pelaksanaan *entrepreneurial education* yang diterima selama perkuliahan. Mata kuliah dan praktik kewirausahaan dinilai mampu meningkatkan motivasi untuk terjun ke dunia usaha, membekali mahasiswa dengan kemampuan menyusun rencana bisnis, serta memberikan keterampilan untuk memulai usaha baru. Kondisi ini menunjukkan bahwa *entrepreneurial education* selain memberikan pemahaman teoritis, juga mendorong terbentuknya kesiapan, tindakan yang tercermin dalam *entrepreneurial behavior*. Sejalan dengan penelitian Sejalan dengan Ramdani *et al.*, (2023) *entrepreneurial education* berperan dalam membantu mahasiswa mempersiapkan diri untuk memulai usaha melalui pelatihan keterampilan, pemahaman materi yang relevan, serta pengalaman yang terintegrasi, mahasiswa dapat mengembangkan dan memperluas usaha mereka di masa depan. Penelitian ini juga didukung dengan studi sebelumnya yang memiliki hubungan kuat antara *entrepreneurial education* dan pembentukan *entrepreneurial behavior*. Cahyaningrum & Susanti (2021) menemukan bahwa mahasiswa yang mengikuti mata kuliah kewirausahaan menunjukkan peningkatan dalam orientasi tindakan bisnis. Begitu pula dengan temuan dari Otache, (2025) dan Zhang *et al.*, (2022), yang menyatakan bahwa *entrepreneurial education* tidak hanya meningkatkan niat berwirausaha, tetapi juga mendorong realisasi tindakan dalam bentuk pengambilan risiko, inovasi, dan eksplorasi peluang bisnis. Temuan ini diperkuat oleh hasil wawancara dengan beberapa responden. Mahasiswa mengaku bahwa pengalaman mengikuti mata kuliah praktik kewirausahaan mendorong mereka untuk lebih percaya diri memulai usaha, menyusun *business plan*, dan menjual produk secara langsung. Mereka juga merasa *entrepreneurial education* membentuk pola pikir yang berani mengambil risiko dan menghadapi tantangan pasar.

1. *Entrepreneurial Education on Entrepreneurial Self Efficacy*

Entrepreneurial education menunjukkan hubungan yang positif yang substansial pada *entrepreneurial self efficacy* yang terlihat dari p-value sejumlah 0.000 di bawah 0,05

dan t-value 3.825. Entrepreneurial education secara positif dan signifikan memengaruhi; artinya, kian tinggi kualitas *entrepreneurial education* yang diterima mahasiswa, semakin tinggi pula tingkat *entrepreneurial self efficacy*. Sejalan dengan ini studi oleh Hassan *et al.*, (2020) menggambarkan bahwa *entrepreneurial education* secara positif dan signifikan meningkatkan *self efficacy* mahasiswa. Melalui pembelajaran kewirausahaan, individu memperoleh pengetahuan yang dapat meningkatkan keyakinan diri mereka dalam menjalankan dan menekuni aktivitas bisnis. Hal ini mencerminkan bahwa pendidikan yang berorientasi pada pengalaman dan aplikasi praktis mampu memperkuat *entrepreneurial self-efficacy* mahasiswa. Didukung oleh Neneh (2019) yang menegaskan bahwa *entrepreneurial education* secara signifikan mempengaruhi *entrepreneurial self-efficacy*, khususnya ketika pendidikan tersebut melibatkan pengalaman praktis dan reflektif. Nowiński *et al.*, (2017) mengatakan hal serupa bahwa mahasiswa yang mengikuti program pendidikan kewirausahaan menunjukkan tingkat *entrepreneurial self efficacy* yang lebih tinggi, terutama karena pengaruh pengalaman langsung dan paparan terhadap praktik bisnis. Temuan ini memperkuat pentingnya pendekatan pembelajaran yang tidak hanya teoritis, tetapi juga menekankan pada aspek praktik dan pengalaman nyata dalam *entrepreneurial education*. Mahasiswa mengungkapkan bahwa praktik kewirausahaan yang dilakukan selama perkuliahan membuat mereka lebih siap secara mental untuk memulai usaha. Pengalaman seperti menjual produk secara langsung, menyusun perencanaan bisnis, serta menghadapi berbagai tantangan selama kegiatan kewirausahaan memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengembangkan rasa percaya diri dalam mengelola usaha.

2. *Entrepreneurial Passion on Entrepreneurial Behavior*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *entrepreneurial passion* secara positif dan signifikan memengaruhi *entrepreneurial behavior* dengan nilai p value 0.000 di bawah 0,05 dan t value 3.690. Hal ini memberikan bukti kuat bahwa semakin tinggi gairah, hasrat, antusiasme atau semangat mahasiswa terhadap aktivitas kewirausahaan, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk menunjukkan perilaku nyata dalam berwirausaha seperti memulai usaha, menjalankan bisnis, serta merencanakan pengembangannya di masa depan. Temuan ini mengindikasikan bahwa *passion* berperan sebagai dorongan emosional internal yang kuat, yang mendorong individu untuk bertindak secara nyata, berinovasi, dan mengambil inisiatif dalam menciptakan dan mengembangkan usaha. *Entrepreneurial passion* dalam penelitian ini diukur melalui tiga dimensi berdasarkan Cardon *et al.*, (2013): *passion for inventing*, *passion for founding*, dan *passion for developing*. Ketiga aspek ini mencerminkan hasrat mahasiswa dalam menciptakan ide dan solusi baru, mendirikan bisnis, serta mengembangkan usaha yang telah dirintis.

Tingginya antusiasme mahasiswa terhadap aktivitas kewirausahaan di UNESA menunjukkan adanya keterlibatan emosional yang kuat dalam dunia usaha. Menurut Vallerand *et al.*, (2014) *passion* muncul ketika seseorang sangat menyukai suatu kegiatan dan ingin melakukannya dengan penuh energi dan antusiasme. Mahasiswa yang memiliki minat dan ketertarikan tinggi terhadap aktivitas kewirausahaan cenderung menunjukkan semangat yang kuat untuk memulai, mengelola, serta mengembangkan usaha. Hal tersebut terlihat dari beberapa mahasiswa yang telah berani mengambil langkah nyata, seperti menjual produk makanan ringan hasil buatan sendiri melalui media sosial, mengikuti pameran kewirausahaan kampus, hingga aktif dalam program inkubasi bisnis mahasiswa. Sebagian besar mahasiswa UNESA menyampaikan bahwa setelah mengikuti mata kuliah dan praktik kewirausahaan, muncul rasa antusias yang lebih besar terhadap dunia usaha. Mereka merasa lebih terdorong untuk mencoba membuka usaha meskipun dalam skala kecil, seperti menjual produk secara daring. Sejalan dengan Obschonka *et al.*, (2019) menunjukkan bahwa seseorang dengan tingkat *entrepreneurial passion* yang tinggi cenderung konsisten untuk menunjukkan *entrepreneurial behavior*. Untuk itu, kian tingginya *entrepreneurial passion* yang dimiliki mahasiswa, tentu kian besar kecenderungan mereka untuk menunjukkan perilaku kewirausahaan secara nyata.

3. Entrepreneurial Passion on Entrepreneurial Self Efficacy

Entrepreneurial passion berpengaruh signifikan terhadap *entrepreneurial self efficacy* dilihat dari $p\text{-value } 0.000 < 0,05$. Senada dengan Neneh (2022) mengungkapkan bahwa *entrepreneurial passion* berdampak positif pada *entrepreneurial self efficacy*. Artinya, mahasiswa UNESA yang memiliki semangat tinggi terhadap aktivitas kewirausahaan mempunyai tendensi dengan keyakinan yang lebih besar pada kemampuannya dalam merintis, mengelola, dan mengembangkan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa dorongan emosional yang kuat terhadap dunia kewirausahaan tidak hanya menumbuhkan minat, tetapi juga membentuk persepsi positif individu atas kompetensinya sendiri.

Kepercayaan diri mahasiswa meningkat dalam menghadapi risiko dan tantangan usaha dengan adanya *entrepreneurial passion* karena mendorong mereka lebih terbuka terhadap pembelajaran, tangguh terhadap kegagalan, dan adaptif terhadap perubahan (Feng & Chen, 2020). Pada mahasiswa FEB Universitas Negeri Surabaya terlihat tingginya *passion* terhadap aktivitas kewirausahaan yang tercermin dari antusiasme dalam mencari peluang bisnis dan keinginan untuk mendirikan usaha, tingginya partisipasi dalam kegiatan bisnis kampus, program mahasiswa wirausaha, dan event seperti bazar dan *business competition* tidak hanya menumbuhkan pengalaman, tetapi juga memelihara *passion* yang pada akhirnya memperkuat keyakinan diri mereka dalam mengambil peran sebagai wirausahawan muda. Hal ini mencerminkan adanya hubungan emosional yang kuat yang

mendorong persepsi kepercayaan diri. Seperti dengan apa yang dikatakan oleh Cardon *et al.*, (2005) dan Jarvis, (2016) individu dengan hasrat kewirausahaan yang tinggi cenderung terdorong untuk mengidentifikasi peluang baru secara serius dan mengembangkan ide-ide inovatif untuk mengatasi tantangan dalam memulai usaha. Atas dasar itulah, menyimpulkan bila *entrepreneurial passion* bukan hanya pendorong motivasional, tetapi juga pondasi kognitif dalam pembentukan *entrepreneurial self efficacy*. *Passion* memperkuat persepsi mahasiswa bahwa mereka mampu menghadapi tantangan bisnis, mampu membuat keputusan strategis, serta mampu menyusun dan menjalankan rencana usaha secara mandiri.

4. *Entrepreneurial Self Efficacy on Entrepreneurial Behavior*

Temuan mengatakan *entrepreneurial self efficacy* secara positif yang signifikan memengaruhi *entrepreneurial behavior* terlihat dari p-value 0.011 di bawah 0,05 dan nilai t value sebesar 2.278. Dapat dikatakan bahwa tindakan kewirausahaan merupakan wujud yang nyata dari niat berwirausaha, dan *entrepreneurial self efficacy* berperan penting dalam membentuk niat serta tindakan berwirausaha (Darmanto & Yuliari, 2018; Neneh, 2019). Temuan ini menunjukkan jika keyakinan mahasiswa terhadap kemampuan dirinya pada pengelolaan usaha maka semakin tinggi juga kecenderungan mereka untuk menampilkan *entrepreneurial behavior* secara nyata. Pada mahasiswa FEB Universitas Negeri Surabaya keyakinan mereka terhadap kemampuan diri terbentuk melalui pengalaman praktik kewirausahaan yang diperoleh selama perkuliahan. Mahasiswa merasa lebih percaya diri menyusun rencana bisnis, menentukan target pasar, mengelola usaha, serta mengambil keputusan bisnis secara mandiri. Begitupula yang dikatakan Chen *et al.*, (1998) dan Neneh (2019) yang menyatakan bahwa *entrepreneurial self efficacy* merupakan prediktor penting *entrepreneurial behavior* karena meningkatkan ketekunan, kegigihan menghadapi kegagalan, serta kemampuan mengubah niat berwirausaha menjadi tindakan nyata.

5. *Entrepreneurial Education on Entrepreneurial Behavior (Mediated by Entrepreneurial Self Efficacy)*

Pada jalur tersebut mengindikasikan terdapat pengaruh diantara *entrepreneurial self efficacy* memediasi *entrepreneurial education* terhadap *entrepreneurial behavior*, untuk p-value yang diperoleh sebesar 0.020 dan t value 2.044. Artinya, *entrepreneurial self-efficacy* berkontribusi sebagai mediator yang menjadi penghubung pengaruh pendidikan kewirausahaan terhadap terbentuknya perilaku kewirausahaan mahasiswa. Gyang *et al.*, (2023) memaparkan hal serupa bahwa *entrepreneurial education* secara signifikan memengaruhi *entrepreneurial behavior* dengan *self efficacy* sebagai mediator. Ini mengindikasikan bahwa *entrepreneurial education* yang diperoleh mahasiswa, baik melalui mata kuliah, praktik lapangan, maupun program

pendukung kewirausahaan lainnya, tidak hanya berdampak langsung terhadap perilaku kewirausahaan, tetapi juga memberikan pengaruh yang lebih kuat ketika terlebih dahulu membentuk keyakinan diri mahasiswa (*self-efficacy*) dalam mengelola aktivitas bisnis.

Pada mahasiswa FEB UNESA, *entrepreneurial education* terbukti memberikan manfaat yang nyata dalam meningkatkan kesiapan berwirausaha. Hal ini tercermin dari tingginya penilaian mahasiswa terhadap kemampuan menyusun rencana bisnis dan memulai usaha setelah mengikuti pembelajaran kewirausahaan. Disisi lain mahasiswa menunjukkan tingginya tingkat *entrepreneurial self efficacy* terutama memanfaatkan peluang bisnis dan mengantisipasi resiko usaha. Crespo *et al.*, (2018) mendukung penelitian ini dengan mengatakan *Self efficacy* yang tinggi mendorong *entrepreneurial behavior* pada mahasiswa. Kondisi ini mendorong munculnya *entrepreneurial behavior*, seperti aktif mencari peluang usaha baru dan memiliki orientasi pada penghasilan produk yang mampu bersaing di pasar. Barbosa *et al.*, (2007) menegaskan bahwa *self-efficacy* menjadi variabel mediasi yang menguatkan korelasi antara faktor lingkungan (pendidikan) maupun perilaku aktual.

Keseluruhan temuan ini menegaskan bahwa pendidikan kewirausahaan akan lebih efektif dalam mendorong perilaku kewirausahaan mahasiswa jika disertai dengan peningkatan *entrepreneurial self efficacy*. Intervensi pendidikan yang berbasis pengalaman nyata dan membangun rasa mampu menjadi kunci keberhasilan dalam mencetak lulusan yang tidak hanya siap, tetapi juga yakin dan berani menjadi wirausahawan muda.

6. *Entrepreneurial Passion on Entrepreneurial Behavior (Mediated by Entrepreneurial Self Efficacy)*

Pada jalur tersebut terlihat adanya pengaruh antara *entrepreneurial self efficacy* memediasi *entrepreneurial passion* terhadap *entrepreneurial behavior*, untuk *p-value* yang diperoleh sebesar 0.015 dan *t-value* 2.165. Mahasiswa FEB UNESA menunjukkan tingkat *entrepreneurial passion* dan *entrepreneurial self efficacy* yang tinggi. Mahasiswa merasa antusias untuk mendirikan dan mengembangkan usaha, serta memiliki keyakinan yang kuat dalam memanfaatkan peluang bisnis dan mengantisipasi resiko usaha. Temuan ini menunjukkan bahwa semangat berwirausaha yang dimiliki mahasiswa umumnya diiringi dengan kepercayaan terhadap kemampuan diri dalam menjalankan aktivitas bisnis. Temuan ini konsisten dengan Cardon *et al.*, (2009), *entrepreneurial passion* dapat mendorong keterlibatan dalam aktivitas kewirausahaan, namun efektivitasnya dalam menghasilkan tindakan nyata sangat dipengaruhi oleh tingkat *self efficacy* yang dimiliki individu.

Penelitian oleh Zakari *et al.*, (2022) menyatakan bahwa *entrepreneurial passion* mendorong proses kognitif dan motivasi internal, yang pada akhirnya meningkatkan persepsi efikasi diri. *Passion* yang dikombinasikan dengan pengalaman dan eksposur

yang cukup dapat mengarahkan individu untuk merasa lebih kompeten dalam menghadapi risiko dan ketidakpastian bisnis. Chen *et al.*, (1998) memperjelas bila *self-efficacy* sebagai prediktor paling kuat dari perilaku kewirausahaan karena ia berfungsi sebagai penguat psikologis yang memberi individu keberanian untuk bertindak, mengambil risiko, dan mengatasi hambatan. Oleh karena itu, ketika *entrepreneurial passion* membangkitkan semangat tetapi tidak disertai efikasi diri, maka semangat tersebut tidak akan berkembang menjadi tindakan yang nyata. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap beberapa mahasiswa FEB UNESA, ditemukan bahwa tingginya *passion* terhadap kewirausahaan belum tentu langsung mendorong tindakan nyata, terutama jika tidak disertai dengan keyakinan diri atau *entrepreneurial self-efficacy*. Sebagian mahasiswa menyampaikan bahwa meskipun mereka merasa sangat antusias dan bersemangat ketika membayangkan memiliki usaha sendiri, mereka masih merasa ragu terhadap kemampuan pribadi dalam mengelola bisnis, mengambil keputusan, atau menghadapi risiko. Penelitian Cervone & Pervin (2015) dalam konteks psikologi kepribadian juga menekankan bahwa emosi positif seperti antusiasme (komponen utama dari *passion*) harus diiringi oleh mekanisme kognitif (*self-efficacy*) agar dapat menghasilkan performa yang adaptif dan berkelanjutan. Mahasiswa FEB UNESA, hasil ini memberikan implikasi penting: meskipun semangat untuk berwirausaha tinggi, mahasiswa tetap membutuhkan pembinaan efikasi diri agar ide dan *passion* tersebut benar-benar dieksekusi.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan Cui *et al.*, (2021) dan Dharmanegara *et al.*, (2022) menguji peran mediasi *entrepreneurial self efficacy* hanya pada hubungan *entrepreneurial education* dengan *entrepreneurial behavior* tanpa turut memasukkan *entrepreneurial passion* sebagai prediktor. Sementara itu penelitian Li *et al.*, (2020) dan Sun (2020) berfokus pada peran *entrepreneurial passion* terhadap *entrepreneurial behavior* tanpa menyertakan *entrepreneurial education* sebagai variabel yang diuji secara simultan. Pada penelitian ini melengkapi kesenjangan tersebut dengan menguji pengaruh *entrepreneurial education* dan *entrepreneurial passion* secara bersamaan terhadap *entrepreneurial behavior* melalui *entrepreneurial self efficacy*, serta menghadirkan empiris baru pada mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya yang belum banyak diteliti pada penelitian-penelitian sebelumnya.

Kesimpulan

Karya ilmiah ini mengungkapkan bila *entrepreneurial education* dan *entrepreneurial passion* merupakan faktor penting yang berkontribusi terhadap terbentuknya *entrepreneurial behavior* mahasiswa. Selain berpengaruh secara langsung antara kedua variabel, juga dapat melalui *entrepreneurial self efficacy* sebagai proses psikologis dapat memperkuat keyakinan mahasiswa terhadap kapasitas dirinya dalam melakukan kegiatan wirausaha. Tujuan penelitian ini untuk mengkaji

pengaruh *entrepreneurial education* dan *entrepreneurial passion* terhadap *entrepreneurial behavior* melalui *entrepreneurial self efficacy* pada mahasiswa FEB UNESA telah tercapai. Hasil penelitian menegaskan bahwa peningkatan kualitas *entrepreneurial education*, penguatan *entrepreneurial passion*, serta pengembangan *entrepreneurial self efficacy* menjadi aspek yang saling berkaitan dalam mendorong mahasiswa untuk lebih berani, proaktif, dan konsisten dalam melakukan aktivitas kewirausahaan.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian perguruan tinggi disarankan untuk mengembangkan program *entrepreneurial education* yang lebih aplikatif, berbasis pengalaman, dan mampu meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa dalam menghadapi berbagai tantangan bisnis. Selain itu mahasiswa perlu didorong untuk lebih terlibat dalam kegiatan kewirausahaan, baik melalui proyek bisnis, inkubasi usaha, maupun kegiatan praktik lainnya yang dapat memperkuat *entrepreneurial self efficacy*. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas jangkauan responden pada berbagai fakultas dan perguruan tinggi serta menambahkan variabel lain seperti, grit, locus of control, resiliensi, dukungan lingkungan, atau literasi digital supaya memperoleh pemahaman yang komperhensif terkait berbagai faktor yang memengaruhi *entrepreneurial behavior*. Penelitian lain juga bisa menggunakan pendekatan kualitatif atau mixed methods untuk menggali aspek psikologis dan pengalaman kewirausahaan mahasiswa secara lebih mendalam.

Daftar Pustaka

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alain, F., & Liñán, F. (2014). The Future of Research on Entrepreneurial Intentions. *Journal of Business Research*, 67, 663–666. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.024>
- Alanazi, A. A. (2018). *The Impact of Entrepreneurship Education Programs on Entrepreneurship Intention: Updating the Field of Entrepreneurship Education*. University of Kansas.
- Amadea, P. T., & Riana, I. G. (2020). Pengaruh Motivasi Berwirausaha, Pengendalian Diri, dan Lingkungan Keluarga Terhadap Niat Berwirausaha. *E-Jurnal Manajemen*, 9(4), 1–23. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i04.p18>
- Amofah, K., & Saladrigues, R. (2022). Impact of attitude towards entrepreneurship education and role models on entrepreneurial intention. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-022-00197-5>
- Appelhoff, D., Mauer, R., Collewaert, V., & Brettel, M. (2016). The conflict potential of

- the entrepreneur's decision-making style in the entrepreneur-investor relationship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12, 601–623. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0357-4>
- Asdar, A. S., Hasbiah, S., & Ar, M. (2024). Do Self-Efficacy , Financial Literacy , and Digital Literacy among Students Contribute to Entrepreneurial Behavior through Entrepreneurship Education ? *Pinisi Journal of Entrepreneurship Review*, 2(1), 32–50. <https://doi.org/https://doi.org/10.62794/pjer.v2i1.2471>
- Barbosa, S. D., Gerhardt, M. W., & Kickul, J. R. (2007). The Role of Cognitive Style and Risk Preference on Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Intentions. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(4), 86–104. <https://doi.org/10.1177/10717919070130041001>
- Bird, B., & Schjoedt, L. (2017). Entrepreneurial Behavior: Its Nature, Scope, Recent Research, and Agenda for Future Research. In *Revisiting the entrepreneurial mind: Inside the black box: An expanded edition* (Vol. 35, pp. 379–409). https://doi.org/10.1007/978-3-319-45544-0_23
- Bischoff, K., Volkmann, C. K., & Audretsch, D. B. (2018). Stakeholder collaboration in entrepreneurship education: an analysis of the entrepreneurial ecosystems of European higher educational institutions. *Journal of Technology Transfer*, 43(1), 20–46. <https://doi.org/10.1007/s10961-017-9581-0>
- Botha, M., & Sibeko, S. (2024). The upside of narcissism as an influential personality trait: exploring the entrepreneurial behaviour of established entrepreneurs. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 16(3), 469–494. <https://doi.org/10.1108/JEEE-09-2021-0340>
- Cahyaningrum, A. F., & Susanti. (2021). Pengaruh Penggunaan Sosial Media, Pendidikan Kewirausahaan, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Berwirausaha Online Pada Siswa SMK Negeri 1 Pangkalan Bun. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 104–118. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3348>
- Cardon, M. S., Gregoire, D. A., Stevens, C. E., & Patel, P. C. (2013). Measuring entrepreneurial passion: Conceptual foundations and scale validation. *Journal of Business Venturing*, 28(3), 373–396. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.03.003>
- Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of Management Review*, 34(3), 511–532. <https://doi.org/10.5465/AMR.2009.40633190>
- Cardon, M. S., Zietsma, C., Saporito, P., Matherne, B. P., & Davis, C. (2005). A tale of passion: New insights into entrepreneurship from a parenthood metaphor. *Journal of Business Venturing*, 20(1), 23–45. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.01.002>
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy

- distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295–316. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(97\)00029-3](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00029-3)
- Crespo, N. F., Belchior, R., & Costa, E. B. (2018). Exploring individual differences in the relationship between entrepreneurial self-efficacy and intentions: Evidence from Angola. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 27(1), 1–30. <https://doi.org/10.1108/JSBED-03-2017-0105>
- Cui, J. (2021). The Influence of Entrepreneurial Education and Psychological Capital on Entrepreneurial Behavior Among College Students. *Frontiers in Psychology*, 12(November). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.755479>
- Cui, J., Sun, J., & Bell, R. (2021). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial mindset of college students in China: The mediating role of inspiration and the role of educational attributes. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 100296. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.04.001>
- Darmanto, S., & Yuliari, G. (2018). Mediating role of entrepreneurial self efficacy in developing entrepreneurial behavior of entrepreneur students. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 24(1), 1–14.
- Dharmanegara, I. B. A., Rahmayanti, P. L. D., & Yasa, N. N. K. (2022). The Role of Entrepreneurial Self-Efficacy in Mediating the Effect of Entrepreneurship Education and Financial Support on Entrepreneurial Behavior. *International Journal of Social Science and Business*, 6(2), 165–173. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v6i2.46719>
- Duong, C. D., Wach, K., Vu, N. X., Ha, S. T., & Nguyen, B. N. (2022). Entrepreneurial education, government policies and programmes, and entrepreneurial behaviour: A serial moderated mediation model. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 10(4), 37–54. <https://doi.org/10.15678/EBER.2022.100403>
- Faradillah, B., & Utami, C. W. (2023). Pengaruh Entrepreneurial Passion, Entrepreneurial Education, dan Entrepreneurial Mindset Terhadap Entrepreneurial Intention Pada Mahasiswa IBM Universitas Ciputra Surabaya. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 8(5).
- Feng, B., & Chen, M. (2020). The Impact of Entrepreneurial Passion on Psychology and Behavior of Entrepreneurs. *Frontiers in Psychology*, 11(July), 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01733>
- Galvão, A., Marques, C., & Marques, C. (2018). Antecedents of entrepreneurial intentions among students in vocational training programmes. *Education and Training*, 60. <https://doi.org/10.1108/ET-03-2017-0034>
- Gieure, C., Benavides-Espinosa, M. del M., & Roig-Dobón, S. (2020). The Entrepreneurial Process: The Link Between Intentions and Behavior. *Journal of Business Research*, 112, 541–548. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.088>

- Gyang, T. D., Yonla, M. N., Auta, H. D., & Fredrick, K. L. (2023). the Effect of Self Efficacy in the Relationship Between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Potential Among Senior Secondary School Students in Jos North Lga, Plateau State. *African Journal of Research and Management Sciences*, 3(1). <https://doi.org/10.62244/ajorms.v3i1.6>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Ronald, & Tatham, L. (2010). *Multivariate Data Analysis* (Seventh Ed). Prentice-Hall.
- Hamzah, H., Yahya, Z., Sarip, A. G., & Adnan, Y. M. (2016). Impact of entrepreneurship education programme (EEP) on entrepreneurial intention of real estate graduates. *Pacific Rim Property Research Journal*, 22(1), 17–29. <https://doi.org/10.1080/14445921.2016.1158897>
- Hassan, A., Saleem, I., Anwar, I., & Hussain, S. A. (2020). Entrepreneurial intention of Indian university students: the role of opportunity recognition and entrepreneurship education. *Education and Training*, 62(7–8), 843–861. <https://doi.org/10.1108/ET-02-2020-0033>
- Huyghe, A., Knockaert, M., & Obschonka, M. (2016). Unraveling the “passion orchestra” in academia. *Journal of Business Venturing*, 31(3), 344–364. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.03.002>
- Indrayanti, W., & Iskandar, D. D. (2020). Teori Perilaku Terencana dan Minat Wirausaha Pemuda di Kabupaten Tegal. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 3–6. <https://doi.org/10.24269/asset.v3i1.2673>
- Iswahyudi, M., & Iqbal, A. (2018). Minat Generasi Milenial Untuk Berwirausaha. *Assets: Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*, 7(2), 95. <https://doi.org/10.25273/jap.v7i2.3320>
- Jarvis, L. C. (2016). Identification, intentions and entrepreneurial opportunities: an integrative process model. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 22(2), 182–198. <https://doi.org/10.1108/IJEER-02-2015-0041>
- Jena, R. K. (2020). Measuring the impact of business management Student’s attitude towards entrepreneurship education on entrepreneurial intention: A case study. *Computers in Human Behavior*, 107, 106275. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106275>
- Karen L. Williams Middleton. (2010). Developing Entrepreneurial Behavior. In *Chalmers University of Technology*.
- Li, C., Murad, M., Shahzad, F., Aamir, M., & Khan, S. (2020). Entrepreneurial Passion to Entrepreneurial Behavior : Role of Entrepreneurial Alertness , Entrepreneurial Self-Efficacy and Proactive Personality. *Frontiers in Psychology*, 11(August), 1–19. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01611>
- Lorz, M., Mueller, S., & Volery, T. (2013). Entrepreneurship Education: A Systematic Review of The Methods In Impact Studies. *Journal of Enterprising Culture*, 21(02), 123–151. <https://doi.org/10.1142/S0218495813500064>

- Mainti, O., Taariwuan, S. A., Kayupa, O. O., Kawani, F. B., & Guampe, F. A. (2024). Pengaruh Perilaku Berwirausaha Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Sektor Kuliner Di Kecamatan Pamona Puselemba Kabupaten Poso. *EKONOMIKA45 : Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 11(2), 159–169. <https://doi.org/10.30640/ekonomika45.v11i2.2413>
- Martínez-González, J. A., Kobylinska, U., García-Rodríguez, F. J., & Nazarko, L. (2019). Antecedents of entrepreneurial intention among young people: Model and regional evidence. *Sustainability (Switzerland)*, 11(24), 1–29. <https://doi.org/10.3390/su11246993>
- Marvel, M. R., Davis, J. L., & Sproul, C. R. (2016). Human Capital and Entrepreneurship Research: A Critical Review and Future Directions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 40(3), 599–626. <https://doi.org/10.1111/etap.12136>
- Metallo, C., Agrifoglio, R., Briganti, P., Mercurio, L., & Ferrara, M. (2021). Entrepreneurial Behaviour and New Venture Creation: the Psychoanalytic Perspective. *Journal of Innovation and Knowledge*, 6(1), 35–42. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2020.02.001>
- Murray, A., & Crammond, R. J. (2020). Witnessing entrepreneurial perceptions and proclivity in university students: Developing a process model. *Education + Training*, 62(4), 459–481. <https://doi.org/10.1108/ET-03-2019-0052>
- Naiborhu, I. K., & Susanti, S. (2021). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Marketplace, Kecerdasan Adversitas Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Pendidikan Unesa Melalui Efikasi Diri. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 9(2 SE-Articles), 107–124. <https://doi.org/10.26740/jepk.v9n2.p107-124>
- Neneh, B. N. (2019). From entrepreneurial intentions to behavior: The role of anticipated regret and proactive personality. *Journal of Vocational Behavior*, 112, 311–324. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jvb.2019.04.005>
- Neneh, B. N. (2022). Entrepreneurial passion and entrepreneurial intention: the role of social support and entrepreneurial self-efficacy. *Studies in Higher Education*, 47(3), 587–603. <https://doi.org/10.1080/03075079.2020.1770716>
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of Vocational Behavior*, 110(May 2018), 403–419. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.05.012>
- Ngo, T. V. N., Le, T. L., Pham, T. T. H., Nguyen, T. T. T., & Duong, C. D. (2024). Empowering entrepreneurs: bridging the attitude-intention-behaviour gap through dynamic entrepreneurship education. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 18(4), 355–374. <https://doi.org/10.1108/apjie-05-2023-0095>

- Nowiński, W., Haddoud, M., Lančarič, D., Egerová, D., & Czeglédi, C. (2017). The impact of entrepreneurship education, entrepreneurial self-efficacy and gender on entrepreneurial intentions of university students in the Visegrad countries. *Studies in Higher Education*, 44, 1–19. <https://doi.org/10.1080/03075079.2017.1365359>
- Obschonka, M., Moeller, J., & Goethner, M. (2019). Entrepreneurial passion and personality: The case of academic entrepreneurship. *Frontiers in Psychology*, 9(JAN), 1–15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.02697>
- Orrensalo, T., Brush, C., & Nikou, S. (2024). Entrepreneurs' Information-Seeking Behaviors in the Digital Age—A Systematic Literature Review. *Journal of Small Business Management*, 62(2), 892–937. <https://doi.org/10.1080/00472778.2022.2100896>
- Otache, I. (2025). The links between entrepreneurial education, self-efficacy, attitude and behaviour: A serial mediation model. *The International Journal of Management Education*, 23(2), 101146. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijme.2025.101146>
- Pradhan, R. P., Arvin, M. B., Nair, M., & Bennett, S. E. (2020). The dynamics among entrepreneurship, innovation, and economic growth in the Eurozone countries. *Journal of Policy Modeling*, 42(5), 1106–1122. <https://doi.org/10.1016/j.jpolmod.2020.01.004>
- Pranatasari, F. D. (2020). Analisis Pengaruh Entrepreneurial Motivation Terhadap Keputusan Menjadi Seorang Wirausaha. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v14i1.138>
- Ramdani, A., Rakhmat, C., Nurdin, E. S., & Kosasih, A. (2023). Pembelajaran Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi (Studi Analisis Kuantitatif Deskriptif Terhadap Profil Karakter Kinerja Mahasiswa). *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 11(1), 5–20. <https://doi.org/10.26740/jepk.v11n1.p5-20>
- Rauch, A., & Hulsink, W. (2015). Putting entrepreneurship Education where the intention to Act lies: An investigation into the impact of entrepreneurship education on entrepreneurial behavior. *Academy of Management Learning and Education*, 14(2), 187–204. <https://doi.org/10.5465/amle.2012.0293>
- Santos, S. C., & Cardon, M. S. (2019). What's Love Got to Do With It? Team Entrepreneurial Passion and Performance in New Venture Teams. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 43(3), 475–504. <https://doi.org/10.1177/1042258718812185>
- Sargani, G. R., Zhou, D., Raza, M. H., & Wei, Y. (2020). Sustainable entrepreneurship in the agriculture sector: The nexus of the triple bottom line measurement approach. *Sustainability (Switzerland)*, 12(8), 1–24. <https://doi.org/10.3390/SU12083275>
- Sari, M., Rachman, H., Astuti, N. J., Afgani, M. W., & Siroj, R. A. (2023). Explanatory Survey dalam Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains*

- Dan Komputer*, 3(1), 10–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1953>
- Savitri, C., Faddila, S. P., Irmawartini, Iswari, H. R., Anam, C., Syah, S., Mulyani, S. R., Sihombing, P. R., Kismawadi, E. R., Pujiyanto, A., Mulyati, A., Astuti, Y., Adinugroho, W. C., Imanuddin, R., Kristia, Nuraini, A., & Siregar, M. T. (2021). *Statistik Multivariat Dalam Riset* (I. Ahmaddien (ed.); Issue Cetakan Pertama). Widina Bhakti Persada.
- Sekarini, E., & Marlana, N. (2020). TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA YANG DIMODERASI OLEH EFIKASI DIRI PADA SISWA KELAS XI BDP SMKN 2 KEDIRI Eksi Sekarini Novi Marlana. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 08(01), 674–680.
- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., & Bogatyreva, K. (2016). Exploring the intention–behavior link in student entrepreneurship: Moderating effects of individual and environmental characteristics. *European Management Journal*, 34(4), 386–399. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.emj.2015.12.007>
- Sun, X. (2020). Self-efficacy mediates the relationship between entrepreneurial passion and entrepreneurial behavior among Master of Business Administration students. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 48, 1–8. <https://doi.org/10.2224/sbp.9293>
- Sunardi. (2022). Kontribusi Entrepreneurial Passion dan Self Efficasi Terhadap Entrepreneurial Intention Siswa SMK Teknik Pemesinan. *JAMBURA ECONOMIC EDUCATION JOURNAL*, 4(2), 177–186. <https://doi.org/https://doi.org/10.37479/jeej.v4i2.15634>
- Tiana, & Sudarwanto, T. (2025). Pengaruh mata kuliah praktik kewirausahaan, motivasi berwirausaha, dan ekspektasi pendapatan terhadap intensi berwirausaha mahasiswa fakultas ekonomika dan bisnis unesa. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 13(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jptn.v13n1.p1-12>
- Vallerand, R., Houliort, N., & Forest, J. (2014). Vallerand, R. J., Houliort, N., & Forest, J. (2014). *Passion for work: Determinants and outcomes*. In M. Gagné (Ed.), *The Oxford Handbook of Work Engagement, Motivation, and Self-Determination Theory* (pp. 85–105). Oxford: Oxford University Press. (pp. 85–105).
- Wati, I. T., Sunaryo, H., & Rizal, M. (2025). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, Praktik Kewirausahaan dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha (Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Islam Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 14(01), 627–638.
- Wegner, D., Thomas, E., Teixeira, E. K., & Maehler, A. E. (2020). University entrepreneurial push strategy and students' entrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(2), 307–325. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-10-2018-0648>
- Wolo, A. D., Bunga, M., Riwu, Y. F., & Fanggidae, R. P. C. (2023). Pengaruh Entrepreneurial Passion dan Self Efficacy Terhadap Entrepreneurial Intention. *Glory: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 1373–1382.

<https://doi.org/https://doi.org/10.70581/glory.v6i5.19686>

- Yi, G. (2020). From green entrepreneurial intention to behaviour: The role of environmental knowledge, subjective norms, and external institutional support. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(2), 963–979. <https://doi.org/10.1016/j.sftr.2024.100331>
- Zakari, M., Adusei, M., Quansah, E. K., & Ampah, G. (2022). Entrepreneurial Passion and Social Entrepreneurial Intent: The Mediating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy in Public Universities in Ghana. *European Journal of Business and Management Research*, 7(2), 160–167. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2022.7.2.1309>
- Zhang, J., Li, B., Zhang, Y., Gong, C., & Liu, Z. (2022). From Entrepreneurship Education, Government Support, and Global Competence to Entrepreneurial Behavior: The Serial Double Mediating Effect of the Self-Efficacy and Entrepreneurial Intention. *Frontiers in Psychology*, 13(April), 1–11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.838232>
- Zollo, L., Rialti, R., Tron, A., & Ciappei, C. (2021). Entrepreneurial passion , orientation and behavior : the moderating role of linear and nonlinear thinking styles. *Management Decision*, 59(5), 973–994. <https://doi.org/10.1108/MD-10-2019-1500>