

Orientasi Kewirausahaan & Niat Kewirausahaan: Peran Kewirausahaan Pengalaman sebagai Moderator

Trio Aryo¹, Wawan Prasetya¹, Jayadi^{1*}

¹ Sekolah Tinggi Manajemen Labora, Jakarta

¹ Jl. Palem Raja B7/7 Taman Modern Cakung, Jakarta Timur

***E-mail: labora@labora.ac.id**

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh orientasi kewirausahaan (EO) pada hubungan niat berwirausaha (EI) di kalangan mahasiswa kewirausahaan dari pertumbuhan ekonomi Jakarta. Ini mengusulkan peran moderator untuk keterbukaan pengalaman (*openness to experience*) (OTE) dalam interaksi antara EO dan EI. Data dikumpulkan dari mahasiswa sarjana yang mempelajari kewirausahaan dalam program studi mereka dari PTS di Jakarta. SPSS Macro Process (Hayes, 2013) digunakan untuk menguji efek moderasi. Berdasarkan pengertian perilaku terencana, penelitian ini menemukan bahwa OTE dan EO memiliki dampak interaksi pada EI. Hasil penelitian ini menambah pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana keterbukaan terhadap pengalaman mempengaruhi EI. Hubungan antara variabel yang diteliti, termasuk EO dan EI dengan adanya variabel moderasi keterbukaan terhadap pengalaman akan membuktikan kontribusi baru dalam korpus pengetahuan yang ada. Berdasarkan teori perilaku terencana, studi yang disajikan akan mencakup ruang lingkup literatur tentang EO dan EI.

Kata kunci: orientasi kewirausahaan, niat wirausaha, keterbukaan pengalaman, Jakarta

Pendahuluan

Pengusaha secara konsisten telah diakui sebagai tulang punggung masyarakat atas kontribusi besar mereka dalam meningkatkan standar hidup dengan upaya berkelanjutan mereka yang dirangkul dengan inovasi. Perubahan besar dalam ekonomi Asia memuji kewirausahaan sebagai fondasi pertumbuhan yang cepat. Di negara berkembang seperti Indonesia, pentingnya kewirausahaan dapat diukur melalui fakta bahwa Indonesia perlu menghasilkan jutaan pekerjaan setiap tahun untuk mempertahankan lingkungan ekonomi yang sehat. Dengan demikian, kewirausahaan dapat berfungsi sebagai alat dalam menghasilkan pekerjaan baru dan menciptakan lingkungan kompetitif yang sehat dalam perekonomian. Dalam kewirausahaan, pertanyaan tentang pilihan karir kewirausahaan, pembelajaran kewirausahaan, dan faktor-faktor yang mempengaruhi kewirausahaan telah diteliti secara menyeluruh (Politis, 2005; Schmitt-Rodermund & Vondracek, 2002) dan sintesis ciri-ciri kepribadian dalam penelitian kewirausahaan memberikan sudut kontemporer untuk mengeksplorasi wawasan baru. dalam memahami perilaku kewirausahaan individu. Berbagai penelitian sebelumnya telah mengeksplorasi dampak relatif dari karakteristik kepribadian (optimisme, daya cipta, kecenderungan mengambil risiko, dan daya saing) dalam memprediksi perilaku tertentu dalam pengaturan keadaan kontekstual. (Al-Jubari et al., 2018; Faruk et al., 2019; Lee & Tsang, 2001; Negovan & Bogdan, 2013).

Penelitian sebelumnya (Kerr et al., 2018; Littunen, 2000; Zhao et al., 2010) menemukan objektivitas dalam pandangan peneliti sebelumnya tentang efikasi ciri-ciri kepribadian dalam mengembangkan teori kewirausahaan dan disiplin ilmu terkait. Brockhaus (1982, hlm. 39–57) menggunakan kriteria psikologis untuk membedakan wirausahawan dari orang lain. Mengingat bahwa

perilaku kewirausahaan ditentukan oleh ciri-ciri kepribadian individu, sangat penting untuk menentukan apakah ciri kepribadian tertentu berpengaruh pada hubungan antara EO dan EI individu.

Model Kepribadian Lima Besar selalu populer di kalangan peneliti (Ciavarella et al., 2004; Leutner et al., 2014; Nga & Shamuganathan, 2010). Berdasarkan model Big-Five Goldberg (1992), McCrae dan Costa (2008) mengemukakan bahwa faktor-faktor yaitu extraversion, openness to experience (OTE), dan conscientiousness sangat berkorelasi dengan perilaku kewirausahaan sedangkan keramahan & neurotisisme ditemukan rendah dalam bergaul dengan kewirausahaan dan kesamaan. Hasil lebih lanjut divalidasi oleh Zhao et al. (2010) dalam studi meta-analitiknya. Selanjutnya peneliti Antoncic et al. (2015) dan Schmitt-Rodermund dan Vondracek (2002) menyelidiki keputusan awal kewirausahaan dan anteseden awal kewirausahaan, masing-masing, menggunakan model kepribadian "Lima Besar". Meskipun banyak penelitian tentang model "Lima Besar" dalam literatur sebelumnya, studi terbatas tentang orientasi kewirausahaan, niat kewirausahaan, dan ciri-ciri kepribadian telah diidentifikasi. Seperti yang kita semua tahu, seorang wirausahawan adalah seseorang yang inventif, mengambil risiko yang diperhitungkan, mengenali peluang, dan menyambut pengalaman baru. Dengan demikian, secara logis, seseorang dapat menyimpulkan bahwa menemukan kemungkinan atau pengalaman baru adalah landasan inovasi, karena pengalaman baru menghasilkan ide-ide baru yang mencakup risiko.

Sejumlah penelitian telah meneliti peran EO dalam mempengaruhi EI di tingkat organisasi, menyimpulkan bahwa itu memiliki efek menguntungkan pada EI (Frunzaru & Cismaru, 2021; Sahoo & Panda, 2019). Namun, beberapa penelitian tentang EI telah meneliti prinsip-prinsip kewirausahaan khusus yang mencakup proaktif, inovasi, dan pengambilan risiko sebagai kompetensi kewirausahaan (Anwar et al., 2021). Dengan demikian, mengevaluasi pengaruh langsung dari orientasi kewirausahaan individu (IEO) pada ambisi kewirausahaan responden, dimoderatori oleh OTE, akan berkontribusi pada sedikit literatur subjek dan memberikan wawasan segar tentang pengaruh IEO pada EI. Sehingga perlu adanya perhatian peneliti terhadap hubungan dimensi kepribadian yaitu OTE dengan EO dan EI. Studi penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki hubungan antara orientasi kewirausahaan (EO) & niat kewirausahaan (EI), bersama dengan efek buffering dari openness to experience (OTE). Temuan penelitian ini dapat membantu calon wirausahawan dalam memahami relevansi OTE dan karenanya mengembangkannya secara mandiri. Ini juga akan membantu pemangku kepentingan lain seperti sekolah-B yang menawarkan pendidikan kewirausahaan dan wirausahawan yang ada di industri dalam mempersiapkan wirausahawan masa depan. Penelitian ini disusun berdasarkan tinjauan penelitian yang tersedia tentang EO, EI, dan OTE, serta kerangka teori yang menjelaskan hubungan dan efek moderasi variabel. Setelah itu, penyelidikan empiris dilakukan untuk menguji hipotesis, dan akhirnya, penelitian diakhiri dengan diskusi tentang temuan dan implikasi penelitian. Penulis bertujuan untuk mencatat bahwa variabel yang dipertimbangkan akan dilambangkan dengan singkatannya sebagai: orientasi kewirausahaan (EO) atau orientasi kewirausahaan individu (IEO), niat kewirausahaan (EI), dan keterbukaan terhadap pengalaman (OTE).

Teori dan Hipotesis

Orientasi Kewirausahaan (EO)

EO telah lama menjadi fokus studi. Miller (1983) mengusulkan EO dan Covin dan Slevin (1991) menyempurnakannya lebih lanjut, mengadopsi metode konseptualisasi. Sebagian besar studi tentang EO telah dibahas dalam konteks organisasi (Wales et al., 2011). Tidak ada definisi EO yang diakui secara umum secara konseptual. Namun, dalam penelitiannya, Lumpkin dan Dess (1996) mengkonseptualisasikan EO berdasarkan dimensinya. Mereka menguraikan lima karakteristik: otonomi, inovasi, pengambilan risiko, proaktif, dan agresivitas kompetitif (Lee & Peterson, 2000). Dengan demikian, EO mengacu pada

kecenderungan perusahaan dalam melakukan keputusan terkait bisnisnya. EO perusahaan diputuskan berdasarkan apakah perusahaan bertindak secara independen (otonomi) atau dipengaruhi/dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan kontekstualnya. Perusahaan lebih suka bekerja secara tradisional atau cenderung mengeksplorasi teknik baru dalam gaya pengambilan keputusan, dll. (inovasi) apakah perusahaan mencerminkan perilaku pengambilan risiko atau mengadopsi perilaku proaktif dalam mengenali peluang (proaktif), bersaing di pasar secara strategis, dll.

Namun demikian, aplikasi lengkapnya dalam kewirausahaan, hanya ada sedikit studi penelitian yang berfokus pada individualitas EO. Dalam penelitian terbaru, Martins dan Perez (2020) menyelidiki efek mediasi IEO yang menghubungkan lingkungan langsung & EI dan menemukan peran penting IEO dalam memediasi antara faktor lingkungan dekat dan EI. Dengan demikian, para peneliti mengalihkan fokus EO mereka dari tingkat perusahaan ke tingkat individu, karena perusahaan/bisnis terdiri dari individu yang mencerminkan perilaku gabungan manusia, dan dengan demikian masuk akal untuk mempelajari EO dari perspektif individualitas.

Intensi Wirausaha (EI)

Dalam penelitian kewirausahaan, niat memainkan peran penting dalam menentukan perilaku kewirausahaan (Carsrud & Brannback, 2010). Krueger (2009) menyebutkan bahwa "konstruk niat tampaknya sangat mendasar bagi pengambilan keputusan manusia." Kewirausahaan adalah subjek yang bijaksana karena berkaitan dengan perilaku manusia dan unsur-unsur yang membedakan pengusaha dari non-pengusaha. Selain itu, ia menyatakan bahwa konstruk EI dianggap terbengkalai di bidang penelitian kewirausahaan dan harus diremajakan melalui eksplorasi wawasan segar. Bersamaan dengan itu, peneliti Fayolle dan Linan (2014) menyarankan bahwa mengintegrasikan EI dengan konstruksi lain melalui teori yang berbeda dapat memberikan arah baru dalam domain penelitian ini.

Van der Ven (2008) mempelajari peran teori perilaku terencana (TPB) (sikap, norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan) untuk menjelaskan EI individu. Namun, Sahin et al. (2019) meneliti kombinasi sifat kepribadian lima besar (ekstraversi, keramahan, keterbukaan, kesadaran, dan neurotisisme) dan efikasi diri, dalam kaitannya dengan EI dan menemukan tingkat EI yang tinggi di antara individu. Beberapa penelitian menggunakan gagasan perilaku terencana untuk mencoba menjelaskan peran EI di sektor akademik. Seiring dengan itu, berbagai peneliti mencoba mengukur peran pendidikan kewirausahaan dalam memprediksi EI mahasiswa (Zhang et al., 2013). Dengan demikian, dalam domain kewirausahaan, EI adalah salah satu konstruk yang paling signifikan, dan ada kebutuhan untuk mengeksplorasi konstruk EI ke arah yang baru.

Keterbukaan Pengalaman (OTE)

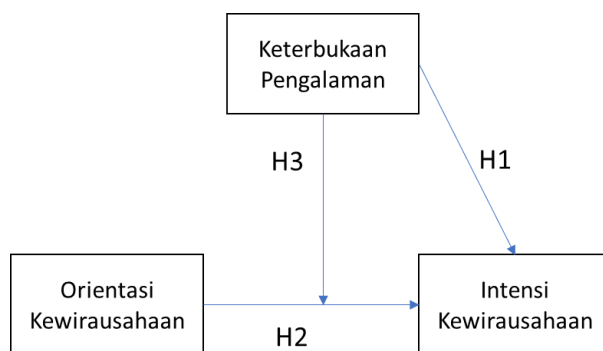
OTE adalah salah satu dari lima besar dimensi model kepribadian Goldberg (1990). OTE dapat dicirikan sebagai seseorang yang suka mengeksplorasi hal-hal baru; itu bisa berupa ide, pasar baru, atau apa pun yang memberikan paparan terhadap inovasi pengalaman. Individu yang memiliki tingkat OTE tinggi cenderung intuitif & selalu mencoba menemukan cara baru dalam melakukan pekerjaan karena mereka fleksibel dalam melakukan tindakan. Orang yang memiliki tingkat OTE rendah mengikuti cara tradisional dalam melakukan sesuatu dan tidak imajinatif (Choi, 2004; Costa & McCrae, 1992; Zhao dan Seibert, 2006). Temuan ini menguatkan sudut pandang bahwa individu lebih cenderung ke arah wirausaha, suka bekerja secara mandiri dan mengerjakan ide bisnis baru dan inovatif untuk start-up mereka. Sebuah usaha bisnis baru mencakup sejumlah besar risiko, sehingga OTE dikaitkan dengan dua karakteristik

penting: pengambilan risiko dan inovasi (Sinha & Srivastava, 2013; Steel et al., 2012). Dalam literatur kewirausahaan, beberapa penelitian sebelumnya menemukan OTE merupakan faktor signifikan dalam memprediksi perilaku kewirausahaan (Howard & Howard, 1995; Singh & DeNoble, 2003; Stevenson & Jarillo, 2007). Inovasi adalah elemen inti dari perusahaan rintisan yang baru didirikan, tetapi tingkat kelangsungan hidup perusahaan rintisan baru ini didasarkan pada kemampuan wirausahawan untuk mengenali peluang. Individu yang kurang mengenali peluang cenderung tidak bertahan di pasar. Penelitian sebelumnya tentang pengenalan peluang (Alvarez & Barney, 2007; Lumpkin et al., 2004; Pech & Cameron, 2006) menyimpulkan bahwa keterbukaan terhadap pengalaman baru merupakan elemen penting dalam penelitian pengenalan peluang.

Teori Perilaku Terencana (TPB)

Teori perilaku terencana (*theory of planned behavior* atau TPB) dari Aiken dan West (1991) adalah salah satu model yang paling banyak digunakan untuk meramalkan perilaku seseorang berdasarkan niat mereka. Namun, ini adalah bentuk yang diperluas dari gagasan tindakan rasional. (Fishbein & Ajzen, 1977). Teori ini menjelaskan mengapa kita melakukan apa yang kita lakukan dan mengapa kita melakukan apa yang kita lakukan? Menurut TPB, sikap, kontrol, dan norma semuanya mempengaruhi perilaku melalui niat. Ajzen (1991) mendefinisikan niat sebagai “kesiapan seseorang untuk terlibat dalam aktivitas tertentu.” Tiga dasar kognitif ada untuk niat (Ajzen, 1991): Awalnya, sikap mengacu pada penilaian individu (menguntungkan atau tidak menguntungkan) dari perilaku target; norma subjektif mengacu pada pendapat norma kelompok sosial (seperti keluarga dan teman) mengenai apakah individu harus terlibat dalam perilaku; dan kontrol perilaku yang dirasakan (PBC) mengacu pada persepsi individu tentang kemudahan atau kesulitan melakukan perilaku. Kekokohan teori ini dapat dibuktikan melalui keberhasilan penerapannya dalam berbagai disiplin ilmu seperti pemasaran (Wang et al., 2018), medis (Arkorf et al., 2020), dan pariwisata (Ulker-Demirel & Ciftci, 2020). Di bidang kewirausahaan, TPB telah mendapatkan popularitas di kalangan peneliti dalam memprediksi EI. Menurut Krueger et al. (2000), TPB menyediakan kerangka kerja yang komprehensif untuk persepsi mendalam tentang EI.

Sesuai TPB, niat perilaku adalah hasil dari tiga anteseden independen: sikap terhadap perilaku, norma subjektif (SN), dan kontrol perilaku yang dirasakan (PBC). Di sini sikap terhadap perilaku mengacu pada persepsi individu terhadap perilaku tertentu yang dipertanyakan, seperti apakah memulai usaha bisnis baru menghasilkan hasil yang menguntungkan atau tidak menguntungkan. Norma subjektif mengacu pada persepsi pendapat orang tentang perilaku yang bersangkutan, apakah orang menghargai atau mencela ide memulai usaha bisnis baru. Meskipun dalam penelitian sebelumnya, norma subjektif telah disimpulkan sebagai prediktor EI yang paling anemia (Lin'an & Chen, 2009; Autio et al., 2001). PBC mengacu pada persepsi tentang kemudahan atau kerumitan dalam menjalankan perilaku yang diminati, seperti start-up baru yang penuh dengan risiko, dan orang mungkin menghadapi situasi dan pengalaman baru serta ketidakpastian. TPB berfokus pada faktor-faktor yang membantu dalam mempengaruhi niat perilaku individu. OTE mungkin merupakan salah satu faktor yang berkontribusi dalam TPB karena dapat dikaitkan dengan kontrol perilaku yang dirasakan. Konstruksi seperti kontrol perilaku yang dirasakan, self-efficacy (Bandura, 1977), dan OTE cenderung serupa dalam karakteristik mereka (Chell et al., 2008). Dalam kewirausahaan, kemandirian individu menghadapi pengalaman baru atau kontrol perilaku yang dirasakan adalah variabel penting dalam memprediksi niat perilaku individu (Wafa N, 2012; Kautonen et al., 2013; Moriano et al., 2011).



Gambar 1 . Model Penelitian

Keterbukaan terhadap pengalaman & niat berwirausaha

Atribut kepribadian dapat dianggap sebagai respons individu yang relatif stabil terhadap keadaan lingkungan. Teori kepribadian telah mengusulkan bahwa kepribadian seseorang dapat digunakan untuk meramalkan perilaku mereka (Awwad & Al-Aseer, 2021). Dalam praktiknya, penelitian sebelumnya (Bazkiaei et al., 2020; Sahinidis et al., 2020) menetapkan karakteristik kepribadian yang akan dimiliki oleh wirausahawan atau mereka yang memiliki EI. Salah satu ciri kepribadian tersebut adalah OTE. Keterbukaan terhadap pengalaman, bersama dengan ekstremitas dan stabilitas emosional, adalah salah satu faktor yang paling membedakan antara pengusaha dan non-pengusaha (Chan et al., 2015). Konsisten dengan temuan serupa, Zhao et al. (2010) menyimpulkan dalam meta-analisis bahwa OTE dan kesadaran adalah faktor yang paling berhubungan tentang EI.

Demikian pula Ettis dan Kefi (2016) menemukan bahwa OTE merupakan salah satu karakteristik yang berkontribusi terhadap EI. Oleh karena itu, niat wirausaha memainkan peran penting karena ada kemungkinan individu inovatif tetapi tidak memiliki niat, dan pada akhirnya dapat membuat wirausahawan tidak produktif bahkan setelah memiliki semua ciri wirausaha yang sukses. Jadi, Berdasarkan literatur yang disebutkan di atas, kami berhipotesis hubungan positif antara OTE dan EI.

H1 . Ada hubungan positif antara keterbukaan terhadap pengalaman dan niat berwirausaha

Orientasi kewirausahaan & niat kewirausahaan

Dalam literatur sebelumnya, EO telah dipelajari sebagai proses pembuatan strategi perusahaan (Lumpkin & Dess, 1996; Mintzberg, 1973; Wiklund & Shepherd, 2003). Akhir-akhir ini fokus peneliti telah bergeser untuk mengetahui peran EO pada level individu (Bolton & Lane, 2012; Ibrahim & Lucky, 2014). Kajian-kajian tersebut pada level individu mengenai EO bisa jadi merupakan kesamaan dimensi antara EO dan EI. Pada dasarnya, EO adalah konstruksi satu dimensi yang terus menjadi subjek studi yang subur (Covin & Wales, 2018); beberapa penelitian telah memverifikasi dan mengkonfirmasi bahwa elemen paling khas dari konstruksi ini adalah inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko (Hernandez-Linares & Lopez-Fernandez, 2018). Aspek yang menarik di sini adalah bahwa ketiga dimensi telah didukung oleh niat individu, yang telah diidentifikasi sebagai indikator terkuat dari perilaku manusia dan memainkan peran besar dalam pembentukan perusahaan bisnis baru (Katz & Gartner, 1988; Ajzen, 1991). ; Kee & Abdul Rahman, 2018).

Meskipun peneliti seperti, Schmitt-Rodermund dan Vondracek (2002) mengkonseptualisasikan EO sebagai kombinasi dari kepentingan individu dalam pekerjaan kewirausahaan, keterampilan yang diperlukan untuk kewirausahaan, dan ciri-ciri kepribadian tertentu yang kompatibel dengan sifat kewirausahaan. Seorang individu yang memiliki semua faktor ini cenderung berorientasi kewirausahaan.

Namun, semua faktor ini memiliki elemen niat yang sama karena kewirausahaan adalah proses yang disengaja (Yurtkoru et al., 2014), sehingga dapat diasumsikan bahwa EO dan EI memiliki potensi luar biasa untuk saling mempengaruhi. Wirausahawan memiliki karakteristik yang membedakan mereka dari rekan-rekan konservatif mereka karena mereka lebih menerima ide-ide segar dan mampu menghasilkan mereka (Gupta et al., 2016). Akibatnya, saat ini diasumsikan bahwa mereka yang menunjukkan perilaku kewirausahaan akan lebih mungkin untuk mendirikan perusahaan mereka (Bolton & Lane, 2012). Jadi, sementara individu menunjukkan inovasi, proaktif, dan kecenderungan untuk mengambil risiko, diantisipasi bahwa mereka akan melakukan bisnis (Koe, 2016; Kosa et al., 2018).

Selain itu, Robinson dan Stubberud (2014) menyimpulkan bahwa EO dan EI saling mempengaruhi. Bolton dan Lane (2012) menemukan temuan serupa antara IEO dan EI dalam studi penelitian lain. Seperti yang disorot dalam studi sebelumnya, peneliti menemukan ketergantungan antara EO dan EI, dan ada kebutuhan untuk mengeksplorasi pertanyaan seperti apakah EO mempengaruhi EI pada individu. Oleh karena itu, kami berhipotesis hubungan langsung antara EO dan EI individu.

H2. Ada hubungan positif antara orientasi kewirausahaan dan niat kewirausahaan

Peran moderat dari keterbukaan terhadap pengalaman

EO merangsang niat (Robinson & Stubberud, 2014). Kemampuan individu untuk berinovasi telah dilihat sebagai mampu mengenali peluang kewirausahaan, yang selanjutnya membuat orang lebih cenderung ke arah niat kewirausahaan (Gurel et al., 2010). Individu yang memiliki keterbukaan tinggi cenderung mengambil risiko, fleksibel dalam bekerja, dan suka mengeksplorasi situasi baru, sedangkan keterbukaan yang rendah dicirikan sebagai tidak imajinatif, kaku dalam bekerja, dan bersifat tradisional (Zhao et al., 2010). Selain itu, OTE telah digunakan sebagai moderator dengan konstruksi yang berbeda (yaitu, kepemimpinan kewirausahaan, self-efficacy) yang digunakan dalam disiplin kewirausahaan (Khurshid & Khan, 2017; Shafqat, 2021). Sifat OTE mencerminkan perilaku kewirausahaan individu, sehingga merupakan aspek signifikan dari EO & EI karena dapat mempengaruhi kedua konstruk (EO & EI). Bahkan OTE sangat berkorelasi dengan berbagai pengetahuan, menunjukkan kualitas pengusaha sukses (Cabrera et al., 2006). Properti bersama OTE antara EO & EI memberi kita arah baru untuk mempelajari peran moderasi OTE antara EO & EI. Literatur sebelumnya (Bazkiaei et al., 2020; Palmer et al., 2019) tentang EO & EI menyelidiki pengaruh keterbukaan pada EO dan EI secara terpisah. Namun, upaya terbatas telah dilakukan untuk mempelajari hubungan EO & EI ini yang menyertai efek moderasi OTE. Dengan demikian, kami berhipotesis bahwa OTE berfungsi sebagai moderator antara EO & EI.

H3. OTE memoderasi hubungan antara Orientasi Kewirausahaan dan Niat Berwirausaha

Metodologi

Prosedur dan Pengambilan Sampel

Studi saat ini mengumpulkan data primer dari mahasiswa sarjana yang terdaftar dalam mata kuliah kewirausahaan di beberapa PTS di Jakarta. Para peneliti mengumpulkan data dengan bantuan tenaga fakultas selama waktu kelas reguler. Proses pengumpulan data dilakukan dua putaran dan melibatkan 193 responden. Tahap pertama memperoleh data dari 112 responden; tahap kedua mengumpulkan data dari 81 responden.

Pra-pengujian kuesioner dilakukan untuk memastikan tidak ada ambiguitas dalam item yang digunakan untuk penelitian ini dan responden dapat memahami item seperti yang dibangun. Menurut Sekaran (2003), pra-pengujian “mengoreksi setiap kekurangan secara *real-time*, sebelum memberikan

instrumen secara lisan atau melalui kuesioner kepada responden, dan dengan demikian mengurangi bias". Sampel sebanyak 20 responden dipekerjakan untuk pra-pengujian, seperti yang direkomendasikan Willis (2005, hlm. 42-63). Responden mampu memahami tujuan penelitian. Hasil pra-pengujian mengungkapkan bahwa survei itu dipahami dengan baik, mendorong peneliti untuk mulai mengumpulkan data. Mengikuti rekomendasi Westland (2010) bahwa ukuran sampel minimum adalah lima kali item pengukuran (ukuran sampel minimum dalam penelitian ini adalah 130 karena ada 26 item), ukuran sampel 170 sudah cukup untuk menyelesaikan penyelidikan.

Pengumpulan data primer dari 170 responden dilakukan pada bulan Agustus 2022, dan membutuhkan waktu satu bulan untuk mengumpulkan data tersebut. Penelitian ini menggunakan SPSS 20, IBM AMOS 20, dan Macro PROCESS (Hayes, 2013) untuk menganalisis data yang dikumpulkan dari responden. Pada saat pemasukan data di software SPSS, ditemukan 12 kuesioner yang tidak terisi, sedangkan 11 responden dinyatakan tidak terikat. Dengan demikian, total 23 tanggapan yang terisi dikeluarkan, dan meninggalkan penelitian dengan tanggapan dari 170 responden dari total 193 responden. Studi ini mencakup tiga konstruksi yang berbeda: EO, OTE, dan EI. Dari 170 peserta, 81 adalah laki-laki, 89 adalah perempuan; 5 sudah menikah, dan 165 belum menikah, 138 siswa berusia hingga 20 tahun, dan 31 responden berusia 21 hingga 30 tahun. Di antara mereka, 30 berasal dari pedesaan, sedangkan 140 dari perkotaan.

Pengukuran

- (1) Orientasi Kewirausahaan (EO): Skala sepuluh item Bolton and Lane (2012) pada EO digunakan untuk mengukur sikap responden terhadap EO. Responden menanggapi pada skala Likert lima poin, dengan satu menunjukkan ketidaksetujuan yang kuat dan lima menunjukkan persetujuan yang kuat.
- (2) Niat Kewirausahaan (EI): Tingkat EI di antara responden ditentukan dengan menggunakan ukuran enam item yang dikembangkan oleh Lin~an dan Chen (2009). Responden menilai komentar mereka pada skala 1 (tidak setuju sepenuhnya) hingga 7 (menyetujui sepenuhnya).
- (3) Openness to experience (OTE): Penelitian ini menggunakan subskala sepuluh item yang dibuat oleh John dan Srivastava (1999) untuk mengukur OTE. Responden menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka dengan pernyataan pada skala 1-5, dengan 1 menunjukkan ketidaksetujuan yang kuat dan 5 menunjukkan persetujuan yang kuat.

Hasil dan Pembahasan

Reliabilitas dan Validitas

Analisis faktor eksplorasi dilakukan untuk mengkonfirmasi reliabilitas dan validitas ukuran yang digunakan dalam konteks India untuk ketiga variabel yang dipertimbangkan. Seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1, pemuatan faktor untuk semua item pada setiap skala lebih dari 0,50, tanpa pemuatan silang pada faktor lain. Nilai Cronbach's alpha untuk semua variabel dalam penelitian lebih dari 0,7, menunjukkan reliabilitas skala. Selain itu, reliabilitas komposit (CR) dan *average variance extracted* (AVE) dari semua variabel dihitung untuk menentukan konsistensi internal skala itu. Reliabilitas komposit dan skor AVE masing-masing melebihi 0,7 dan 0,5, menunjukkan validitas konvergen skala (Hair et al., 2010; Steenkamp & van Trijp, 1991).

Tabel 1. Model Pengukuran

Konstruk dan Skala	Loading Factor	CR	AVE	Cronbach alpha
Orientasi Kewirausahaan	0,650-0,838	0,847	0,650	0,846
Keterbukaan terhadap Pengalaman	0,607-0,956	0,959	0,706	0,958
Niat Berwirausaha	0,606-0,861	0,874	0,543	0,880

Akar kuadrat dari AVE dari setiap konstruk lebih signifikan daripada korelasi apapun; dengan demikian, validitas diskriminan juga dikonfirmasi (Fornell & Larcker, 1981). Tabel 2 menyajikan statistik deskriptif, termasuk skor rata-rata, standar deviasi, & nilai koefisien korelasi, dan validitas diskriminan dari tiga variabel, yaitu, EO, EI, dan OTE penelitian.

Uji Hipotesis

Melalui analisis faktor konfirmatori dan pemodelan persamaan struktural, model pengukuran dibangun dan divalidasi. Keluaran analisis faktor konfirmatori membantu dalam uji reliabilitas dan validitas, serta mengonfirmasi kecocokan model pengukuran. Output pada Tabel 3 menegaskan pengukuran dan model struktural fit. Seperti yang terlihat pada Tabel 2, ketiga faktor tersebut terhubung secara positif dan substansial. Dengan demikian, tiga hipotesis pertama studi ini ditetapkan. Tabel 2 menunjukkan hubungan positif antara EO dan OTE, oleh karena itu menguatkan hipotesis awal penelitian ($\beta = 0,174$, $**p < 0,01$). Demikian pula, korelasi positif antara OTE dan EI ($\beta = 0,926$, $**p < 0,01$) mendukung hipotesis kedua penelitian, sedangkan hubungan EO dan EI ($\beta = 0,237$, $**p < 0,01$) mendukung hipotesis ketiga penelitian.

Tabel 2. Statistika Deskriptif, Korelasi, dan Validitas Determinan

Tidak	Variabel	Rata-Rata	SD	1	2	3	4	5	6	7
1	Umur	19,43	2,06	1	-	-	-	-	-	-
2	Jenis Kelamin	1,52	0,50	0,001	1	-	-	-	-	-
3	EO	34,74	9,33	0,07	0,095	0,039	0,103	0,806	-	-
4	OT	33,80	6,51	0,002	0,069	0,026	0,058	0,174**	0,737	-
5	EI	29,35	6,76	0,017	0,081	0,021	0,098	0,926**	0,237**	0,841

** . Korelasi signifikan pada taraf 0,01 (2- tailed)

* . Korelasi signifikan pada taraf 0,05 (2- tailed).

Tabel 3. Model Struktural dan Pengukuran

Indeks Kesesuaian	Model Pengukuran	Model Struktural	Nilai yang direkomendasikan	Referensi
2/df	1,4	1,423	<5	Rambut dkk. (2010)
GFI	0,856	0,852	>0,80	
AGFI	0,822	0,82	>0,80	

<i>Indeks Kesesuaian</i>	<i>Model Pengukuran</i>	<i>Model Struktural</i>	<i>Nilai yang direkomendasikan</i>	<i>Referensi</i>
NFI	0,897	0,894	>0,80	
CFI	0,967	0,966	>0,90	
RMSE	0,049	0,05	<0,08	

Analisis Moderasi

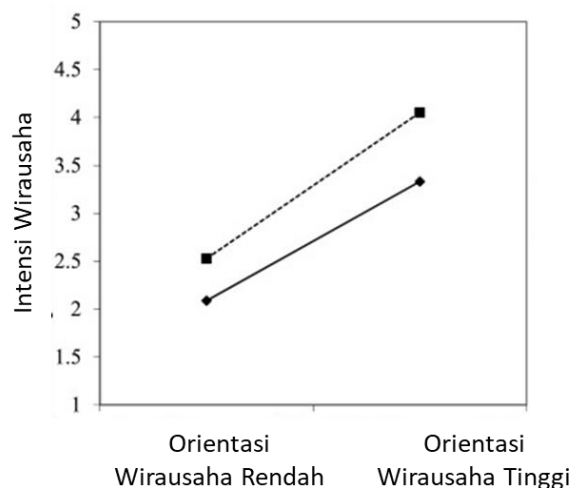
Regresi hierarkis (Aiken & West, 1991) menyelidiki efek moderasi OTE pada hubungan antara EO dan EI sambil mengendalikan variabel demografis. Tabel 4 dan Gambar. 2 hasil mencerminkan efek moderasi OTE pada hubungan EO-EI. Kemiringan pada Gambar 2 menunjukkan bahwa peningkatan OTE akan menghasilkan EO – EI yang lebih baik (lihat Gambar 3).

Efek moderasi PTE pada hubungan antara EO & EI ditemukan signifikan dengan R2 Change signifikan sebesar 0,878, yang berarti bahwa 87% perubahan positif diamati ketika OTE bertindak sebagai moderator antara EO dan EI dengan demikian, membuktikan keempat hipotesis penelitian.

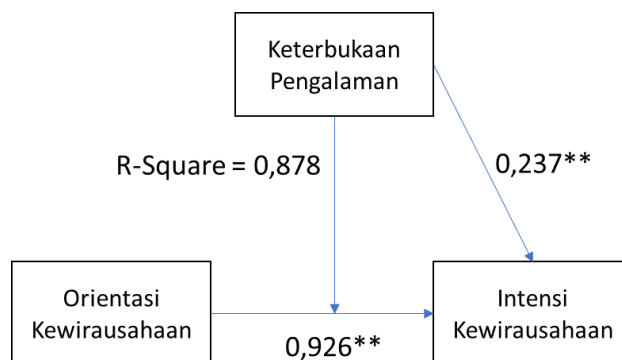
Tabel 4. Peran Moderasi OTE terhadap EO – EI

		<i>Beta</i>	<i>t-value</i>	<i>p-value</i>
Konstanta		27,7	122,9	0,000
Variabel Independen	Orientasi Kewirausahaan	0,692	11,84	0,000
Moderator Variabel	Keterbukaan terhadap pengalaman	0,290	1,890	0,031
Interaksi	EO * OT	0,072	1.940	0,012

Catatan: R2 = 0,878.



Gambar 2. Efek Moderasi



Gambar 3. Model Hipotesis

Pembahasan

Untuk menjadi pengusaha sukses, niat memainkan peran penting (Lin'an et al., 2010), dan demikian pula, kepribadian individu juga berkontribusi untuk mengembangkan EI (Murugesan & Jayavelu, 2017). Namun, peran ciri kepribadian individu pada EI tidak diketahui. Dengan demikian, penelitian yang disajikan bertujuan untuk mempelajari hubungan antara tiga variabel, yaitu EO, EI & OTE, dan efek moderasi OTE terhadap hubungan antara EO dan EI.

Terlepas dari dampak kritis faktor kepribadian dalam menentukan tindakan kewirausahaan, orientasi orang memainkan peran yang sama dalam membentuk niat mereka. Sebagaimana divalidasi oleh analisis studi penelitian ini, EO berhubungan secara signifikan dan positif dengan EI. Orientasi mengacu pada kecenderungan terhadap hal tertentu. Dengan demikian, kita dapat berargumen bahwa bahan bakar orientasi mendukung dasar niat menuju tindakan tertentu. Dengan demikian, pola pikir kewirausahaan yang kuat dapat dikaitkan dengan EI yang kuat dan sebaliknya. Ini lebih lanjut memvalidasi teori pemikiran perilaku terencana, memasukkan poin bahwa niat untuk memulai usaha bisnis baru tidak dibangun secara acak; Di sini, sikap dalam bentuk EO sama pentingnya. Kedua, analisis mengungkapkan hubungan positif antara OTE dan EI. Penjelasan untuk hubungan positif ini mungkin karena komparabilitas kedua konstruksi dari sudut pandang perilaku karena kedua konstruksi mencerminkan perilaku psikologis individu, atau lebih tepatnya, kedua konstruksi (OTE & EI) saling melengkapi satu sama lain. Hal ini dapat dibenarkan dengan alasan bahwa OTE itu sendiri tergantung pada niat individu. Satu argumen mungkin bahwa bahkan jika seseorang memiliki semua karakteristik dasar seorang wirausahawan, dia tidak dapat mengubah perilaku mereka secara wirausaha jika mereka tidak memiliki EI. Tujuan untuk menerapkan sifat kewirausahaan untuk mengeksplorasi dimensi pasar baru akan menawarkan jalan baru untuk inovasi dan konsep usaha baru. Temuan kami konsisten dengan hasil Jing dan Sung (2012), yang menyimpulkan bahwa OTE, bersama dengan ekstraversi dan kesadaran, secara positif mempengaruhi EI siswa.

Terakhir, hasil mengkonfirmasi efek moderasi OTE antara hubungan OE dan EI. Dengan demikian, hubungan antara EO dan EI semakin menguat seiring dengan level OTE. Hasil ini konsisten dengan ulasan meta-analitik Zhao dan Seibert (2006) dan Rauch dan Frese (2007), yang mengindikasikan faktor interaksi mungkin penting untuk memahami pengaruh kepribadian pada aktivitas kewirausahaan dengan lebih baik. Studi kami memperkuat gagasan ini, karena kami menunjukkan bahwa karakteristik kepribadian individu dari OTE dapat memperkuat atau mengurangi pengaruh IEO pada niat individu untuk menjadi wiraswasta. Dengan menggunakan ciri-ciri kepribadian (keterbukaan terhadap pengalaman) sebagai moderator, kita dapat menjelajahi berbagai jalur studi yang dapat membantu kita memperoleh pengetahuan yang lebih baik tentang psikologi kewirausahaan. Misalnya, sementara kita tahu bahwa beberapa elemen kognitif seperti

pola pikir kewirausahaan dan motif kewirausahaan mempengaruhi kegiatan kewirausahaan (Shane et al., 2003), kita belum tahu apakah dampak ini bervariasi di antara tipe kepribadian.

Kesimpulan, Keterbatasan, dan Saran

Tujuan dari penelitian penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara tiga konstruk yaitu EO, OTE, dan EI, serta mempelajari pengaruh moderasi OTE terhadap hubungan antara EO dan EI. Kami menyimpulkan hubungan yang signifikan dan positif antara EO & EI dan OTE & EI. Selama analisis, efek moderasi OTE pada hubungan antara EO dan EI juga diamati. Dengan demikian, penelitian ini menjembatani kesenjangan dalam literatur sebelumnya mengenai hubungan antara IEO & EI. EO di tingkat individu sama-sama mempengaruhi niat pengusaha di tingkat perusahaan.

Selanjutnya, ciri-ciri kepribadian seperti OTE bertindak sebagai penyangga antara hubungan ini. Dengan demikian, penelitian ini memasukkan peran ciri-ciri kepribadian dalam teori perilaku terencana. Dari perspektif masyarakat, penelitian ini menyoroti pentingnya perbedaan tingkat individu dalam pendidikan kewirausahaan. Universitas harus mengembangkan program yang disesuaikan untuk memenuhi tuntutan mahasiswa. Mengembangkan kurikulum standar untuk pendidikan kewirausahaan yang berlaku untuk siswa dari berbagai bidang akademik tampaknya sudah ketinggalan zaman. Penelitian ini memiliki kekurangan, salah satunya adalah sebagai unit sampel, karena penelitian ini terbatas pada wilayah Jakarta, Indonesia. Dengan demikian, sampel yang besar, termasuk berbagai bagian negara, dapat menawarkan wawasan yang unggul. Namun, keterbatasan tersebut dapat ditangani dengan lebih baik pada penelitian selanjutnya. Selain itu, studi berbasis intervensi longitudinal dan eksperimental mungkin dilakukan untuk menggeneralisasi temuan studi. Studi masa depan dapat memasukkan lebih banyak karakteristik untuk lebih memahami OTE dan hubungannya dengan EO - EI.

Referensi

- Aiken, L. S., & West, S. G. (1991). *Multiple regression: Testing and interpreting interactions*. SAGE Publications, Inc.
- 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)
- Al-Jubari, I., Hassan, A., & Lin'an, ' F. (2018). Entrepreneurial intention among university students in Malaysia: Integrating self-determination theory and the theory of planned behavior. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(4), 1323–1342. <https://doi.org/10.1007/s11365-018-0529-0>
- Alvarez, S. A., & Barney, J. B. (2007). Discovery and creation: Alternative theories of entrepreneurial action. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1–2), 11–26. <https://doi.org/10.1002/sej.4>
- Antoncic, B., Bratkovic Kregar, T., Singh, G., & Denoble, A. F. (2015). The big five personality–entrepreneurship relationship: Evidence from Slovenia. *Journal of Small Business Management*, 53(3), 819–841. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12089>
- Anwar, I., Jamal, M. T., Saleem, I., & Thoudam, P. (2021). Traits and entrepreneurial intention: Testing the mediating role of entrepreneurial attitude and selfefficacy. *Journal for International Business and Entrepreneurship Development*, 13(1), 40. <https://doi.org/10.1504/jibed.2021.112276>
- Arkorful, V. E., Hammond, A., Lugu, B. K., Basiru, I., Sunguh, K. K., & Charmaine-Kwade, P. (2020). Investigating the intention to use technology among medical students: An application of an extended model of the theory of planned behavior. *Journal of Public Affairs*. <https://doi.org/10.1002/pa.2460>

- Autio, E., Keeley, R. H., Klofsten, M., Parker, G. G. C., & Hay, M. (2001). Entrepreneurial intent among students in scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2), 145–160. <https://doi.org/10.1080/14632440110094632>
- Awwad, M. S., & Al-Aseer, R. M. N. (2021). Big five personality traits impact on entrepreneurial intention: The mediating role of entrepreneurial alertness. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.1108/apjie-09-2020-0136>. ahead-of(ahead-of-print).
- Bagozzi, R. P., Yi, Y., & Phillips, L. W. (1991). Assessing construct validity in organizational research. *Administrative Science Quarterly*, 36(3), 421. <https://doi.org/10.2307/2393203>
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191–215. <https://doi.org/10.1037/0033-295x.84.2.191>
- Bazkiaei, H. A., Heng, L. H., Khan, N. U., Saufi, R. B. A., & Kasim, R. S. R. (2020). Do entrepreneurial education and big-five personality traits predict entrepreneurial intention among universities students? *Cogent Business & Management*, 7(1), Article 1801217. <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1801217>
- Bolton, D. L., & Lane, M. D. (2012). Individual entrepreneurial orientation: Development of a measurement instrument. *Education + Training*, 54(2/3), 219–233. <https://doi.org/10.1108/00400911211210314>
- Brockhaus, R. H. (1982). The psychology of the entrepreneur. *Encyclopedia of entrepreneurship*.
- Cabrera, N., Collins, W. C., & Salgado, J. F. (2006). Determinants of individual engagement in knowledge sharing. *International Journal of Human Resource Management*, 17(2), 245–264. <https://doi.org/10.1080/09585190500404614>
- Carsrud, A., & Brannback, M. (2010). Entrepreneurial motivations: What do we still need to know? *Journal of Small Business Management*, 49(1), 9–26. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627x.2010.00312.x>
- Chan, K. Y., Uy, M. A., Chernyshenko, O. S., Ho, M. H. R., & Sam, Y. L. (2015). Personality and entrepreneurial, professional and leadership motivations. *Personality and Individual Differences*, 77, 161–166. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.12.063>
- Chell, E., Wicklander, D. E., Sturman, S. G., & Hoover, L. W. (2008). *The entrepreneurial personality: A social construction*. Routledge.
- Choi, J. N. (2004). Individual and contextual predictors of creative performance: The mediating role of psychological processes. *Creativity Research Journal*, 16(2), 187–199.
- Ciavarella, M. A., Buchholtz, A. K., Riordan, C. M., Gatewood, R. D., & Stokes, G. S. (2004). The Big Five and venture survival: Is there a linkage? *Journal of Business Venturing*, 19(4), 465–483. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2003.03.001>
- Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. (1992). Revised NEO personality inventory (NEO-PI-R) and NEO five-factor (NEO-FFI) inventory professional manual. Odessa, FL: PAR.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 16(1), 7–26. <https://doi.org/10.1177/104225879101600102>
- Covin, J. G., & Wales, W. J. (2018). Crafting high-impact entrepreneurial orientation research: Some suggested guidelines. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 43(1), 3–18. <https://doi.org/10.1177/1042258718773181>
- Ettis, S. A., & Kefi, M. K. (2016). Entrepreneurial intentions amongst Tunisian students: An empirical investigation applying the big-five personality traits theory. *International Journal of Hygiene and Environmental Medicine*, 3(1).

- Faruk, S. (2019). The mediating effect of trust on the relationship between psychological contract and psychological employment contract breach. A pilot test. *Journal of Research in Psychology*, 1(3), 26–29. <https://doi.org/10.31580/jrp.v1i3.977>
- Fayolle, A., & Linˆan, ´ F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663–666. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.11.024> *Financialexpress*. India needs to create millions of jobs annually; here is why (n.d.), [online] Available at: <https://www.financialexpress.com/economy/india-needsto-create-millions-of-jobs-annually-here-is-why/1560026/>. (Accessed 21 March 2022).
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1977). Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research. *Philosophy and Rhetoric*, 10(2).
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics. *Journal of Marketing Research*, 18(3), 382–388. <https://doi.org/10.1177/002224378101800313>
- Frunzaru, V., & Cismaru, D.-M. (2021). The impact of individual entrepreneurial orientation and education on generation Z's intention towards entrepreneurship. *Kybernetes*, 50(7), 1969–1981. <https://doi.org/10.1108/K-05-2018-0272>
- van Gelderen, M., Brand, M., van Praag, M., Bodewes, W., Poutsma, E., & van Gils, A. (2008). Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour. *Career Development International*, 13(6), 538–559. <https://doi.org/10.1108/13620430810901688>
- Goldberg, L. R. (1990). An alternative" description of personality": The big-five factor structure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(6), 1216.
- Goldberg, L. R. (1992). The development of markers for the Big-Five factor structure. *Psychological Assessment*, 4(1), 26.
- Gupta, V. K., Chiles, T. H., & McMullen, J. S. (2016). A process perspective on evaluating and conducting effectual entrepreneurship research. *Academy of Management Review*, 41(3), 540–544. <https://doi.org/10.5465/amr.2015.0433>
- Gurel, E., Altinay, L., & Daniele, R. (2010). Tourism students' entrepreneurial intentions. *Annals of Tourism Research*, 37(3), 646–669. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2009.12.003>
- Hair, J. F., Ortinau, D. J., & Harrison, D. E. (2010). *Essentials of marketing research* (Vol. 2). New York, NY: McGraw-Hill/Irwin.
- Harman, H. H. (1976). *Modern factor analysis*. University of Chicago press.
- Hayes, J. R. (2013). *The complete problem solver*. Routledge.
- Hernandez-Linares, ´ R., & Lopez-Fern ´ andez, ´ M. C. (2018). Entrepreneurial orientation and the family firm: Mapping the field and tracing a path for future research. *Family Business Review*, 31(3), 318–351. <https://doi.org/10.1177/0894486518781940>
- Howard, P. J., & Howard, J. M. (1995). The big five quickstart: An introduction to the five-factor model of personality for human resource professionals.
- Ibrahim, N. A., & Lucky, E. O. I. (2014). Relationship between entrepreneurial orientation, entrepreneurial skills, environmental factor and entrepreneurial intention among Nigerian students in UUM. *Entrepreneurship and Innovation Management Journal*, 2(4), 203–213.
- Jing, L. L., & Sung, M. (2012). University students personality traits & entrepreneurial intention: Using entrepreneurship & entrepreneurial attitude as mediating variable. *International Journal of Economic Research*, 3(3), 76–82.

- John, O. P., & Srivastava, S. (1999). The Big Five trait taxonomy: History, measurement, and theoretical perspectives. *Handbook of personality: Theory and research*, 2 (1999), 102–138.
- Katz, J., & Gartner, W. B. (1988). Properties of emerging organizations. *Academy of Management Review*, 13(3), 429–441. <https://doi.org/10.5465/amr.1988.4306967>
- Kautonen, T., van Gelderen, M., & Tornikoski, E. T. (2013). Predicting entrepreneurial behaviour: A test of the theory of planned behaviour. *Applied Economics*, 45(6), 697–707. <https://doi.org/10.1080/00036846.2011.610750>
- Kee, D. M. H., & Abdul Rahman, N. (2018). Effects of entrepreneurial orientation on start-up success: A gender perspective. *Management Science Letters*, 699–706. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2018.4.012>
- Kerr, S. P., Kerr, W. R., & Xu, T. (2018). Personality traits of entrepreneurs: A review of recent literature. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 14(3), 279–356. <https://doi.org/10.1561/03000000080>
- Khurshid, J., & Khan, M. I. (2017). Impact of self-efficacy on women entrepreneurial intention: Mediating role of perceived behavior control and moderating role of openness to experience. *Journal of Management Science*, 11(3), 276–291.
- Kock, N. (2015). Common method bias in PLS-SEM. *International Journal of e-Collaboration*, 11(4), 1–10. <https://doi.org/10.4018/ijec.2015100101>
- Koe, W. L. (2016). The relationship between Individual Entrepreneurial Orientation (IEO) and entrepreneurial intention. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6 (1). <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0057-8>
- Kosa, A., Mohammad, I., & Ajibie, D. (2018). Entrepreneurial orientation and venture performance in Ethiopia: The moderating role of business sector and enterprise location. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0110-x>
- Krueger, N. F. (2009). Entrepreneurial intentions are dead: Long live entrepreneurial intentions. In *Revisiting the entrepreneurial mind* (pp. 13–34). Cham: Springer.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432. [https://doi.org/10.1016/s0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/s0883-9026(98)00033-0)
- Lee, S. M., & Peterson, S. J. (2000). Culture, entrepreneurial orientation, and global competitiveness. *Journal of World Business*, 35(4), 401–416. [https://doi.org/10.1016/s1090-9516\(00\)00045-6](https://doi.org/10.1016/s1090-9516(00)00045-6)
- Lee, D. Y., & Tsang, E. W. K. (2001). The effects of entrepreneurial personality, background and network activities on venture growth. *Journal of Management Studies*, 38(4), 583–602. <https://doi.org/10.1111/1467-6486.00250>
- Leutner, F., Ahmetoglu, G., Akhtar, R., & Chamorro-Premuzic, T. (2014). The relationship between the entrepreneurial personality and the Big Five personality traits. *Personality and Individual Differences*, 63, 58–63. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.01.042>
- Linˆan, F., & Chen, Y. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(3), 593–617. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Linˆan, F., Rodríguez-Cohard, J. C., & Rueda-Cantuche, J. M. (2010). Factors affecting entrepreneurial intention levels: A role for education. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 195–218. <https://doi.org/10.1007/s11365-010-0154-z>
- Littunen, H. (2000). Entrepreneurship and the characteristics of the entrepreneurial personality. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 6(6), 295–310. <https://doi.org/10.1108/13552550010362741>

- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172. <https://doi.org/10.5465/amr.1996.9602161568>
- Lumpkin, G. T., Hills, G., & Shrader, R. (2004). Opportunity recognition. In H. P. Welsch (Ed.), *Entrepreneurship: The way ahead*. NY: Routledge.
- Martins, I., & Perez, J. P. (2020). Testing mediating effects of individual entrepreneurial orientation on the relation between close environmental factors and entrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(4), 771–791. <https://doi.org/10.1108/ijebr-08-2019-0505>
- McCrae, R. R., & Costa, P. T., Jr. (2008). The five-factor theory of personality.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770–791.
- Mintzberg, H. (1973). Strategy-making in three modes. *California Management Review*, 16(2), 44–53. <https://doi.org/10.2307/41164491>
- Moriano, J. A., Gorgievski, M., Laguna, M., Stephan, U., & Zarafshani, K. (2011). A cross-cultural approach to understanding entrepreneurial intention. *Journal of Career Development*, 39(2), 162–185. <https://doi.org/10.1177/0894845310384481>
- Murugesan, R., & Jayavelu, R. (2017). The influence of big five personality traits and self-efficacy on entrepreneurial intention: The role of gender. *Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies*, 3(1), 41–61. <https://doi.org/10.1177/2393957516684569>
- Negovan, V., & Bogdan, C. (2013). Learning context and undergraduate students' needs for autonomy and competence, achievement motivation and personal growth initiative. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 78, 300–304. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.04.299>
- Nga, J. K. H., & Shamuganathan, G. (2010). The influence of personality traits and demographic factors on social entrepreneurship start up intentions. *Journal of Business Ethics*, 95(2), 259–282. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0358-8>
- Palmer, C., Niemand, T., Stockmann, C., Kraus, S., & Kailer, N. (2019). The interplay of entrepreneurial orientation and psychological traits in explaining firm performance. *Journal of Business Research*, 94, 183–194. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.10.005>
- Pech, R. J., & Cameron, A. (2006). An entrepreneurial decision process model describing opportunity recognition. *European Journal of Innovation Management*, 9(1), 61–78. <https://doi.org/10.1108/14601060610640023>
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879–903. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.5.879>
- Politis, D. (2005). The process of entrepreneurial learning: A conceptual framework. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 29(4), 399–424. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00091.x>
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work & Organizational Psychology*, 16(4), 353–385. <https://doi.org/10.1080/13594320701595438>
- Robinson, S., & Stubberud, H. A. (2014). Elements of entrepreneurial orientation and their relationship to entrepreneurial intent. *Journal of Entrepreneurship Education*, 17.
- Sahinidis, A. G., Tsaknis, P. A., Gkika, E., & Stavroulakis, D. (2020). The influence of the big five personality traits and risk aversion on entrepreneurial intention. In *Strategic innovative marketing and tourism* (pp. 215–224). Cham: Springer.

- S, Ahin, F., Karadag, H., & Tuncer, B. (2019). Big five personality traits, entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(6), 1188–1211. <https://doi.org/10.1108/ijebr-07-2018-0466>
- Sahoo, S., & Panda, R. K. (2019). Exploring entrepreneurial orientation and intentions among technical university students. *Education + Training*, 61(6), 718–736. <https://doi.org/10.1108/et-11-2018-0247>
- Schmitt-Rodermund, E., & Vondracek, F. W. (2002). Occupational dreams, choices and aspirations: Adolescents' entrepreneurial prospects and orientations. *Journal of Adolescence*, 25(1), 65–78. <https://doi.org/10.1006/jado.2001.0449>
- Sekaran, U. (2003). Determining sample size. Sekaran. Uma. In *Research methods for business: A skill building approach* (4th Eds., pp. 263–298).
- Shafqat, T. (2021). Impact of entrepreneurial leadership on project success: Mediating role of innovative work behavior and moderating role of openness to experience. Doctoral dissertation. CAPITAL UNIVERSITY.
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2), 257–279. [https://doi.org/10.1016/s1053-4822\(03\)00017-2](https://doi.org/10.1016/s1053-4822(03)00017-2)
- Singh, G., & DeNoble, A. (2003). Views on self-employment and personality: An exploratory study. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 8(3), 265.
- Sinha, N., & Srivastava, K. B. (2013). Association of personality, work values and socio-cultural factors with intrapreneurial orientation. *Journal of Entrepreneurship*, 22 (1), 97–113. <https://doi.org/10.1177/0971355712469186>
- Steel, G. D., Rinne, T., & Fairweather, J. (2012). Personality, nations, and innovation: Relationships between personality traits and national innovation scores. *CrossCultural Research*, 46(1), 3–30.
- Steenkamp, J. B. E., & van Trijp, H. C. (1991). The use of lisrel in validating marketing constructs. *International Journal of Research in Marketing*, 8(4), 283–299. [https://doi.org/10.1016/0167-8116\(91\)90027-5](https://doi.org/10.1016/0167-8116(91)90027-5)
- Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (2007). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. In *Entrepreneurship* (pp. 155–170). Berlin, Heidelberg: Springer.
- Ulker-Demirel, E., & Ciftci, G. (2020). A systematic literature review of the theory of planned behavior in tourism, leisure and hospitality management research. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 209–219. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.04.003>
- Wales, W. J., Gupta, V. K., & Mousa, F. T. (2011). Empirical research on entrepreneurial orientation: An assessment and suggestions for future research. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 31(4), 357–383. <https://doi.org/10.1177/0266242611418261>
- Wang, J., Wang, S., Wang, Y., Li, J., & Zhao, D. (2018). Extending the theory of planned behavior to understand consumers' intentions to visit green hotels in the Chinese context. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(8), 2810–2825. <https://doi.org/10.1108/ijchm-04-2017-0223>
- Westland, J. C. (2010). Lower bounds on sample size in structural equation modeling. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(6), 476–487. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2010.07.003>
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2003). Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium-sized businesses. *Strategic Management Journal*, 24(13), 1307–1314. <https://doi.org/10.1002/smj.360>
- Willis, G. B. (2005). Cognitive interviewing in practice: Think-aloud, verbal probing and other techniques. *Cognitive interviewing: A tool for improving questionnaire design*. London: Sage Publications.

- Yurtkoru, E. S., Acar, P., & Teraman, B. S. (2014). Willingness to take risk and entrepreneurial intention of university students: An empirical study comparing private and state universities. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 150, 834–840. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.09.092>
- Zhang, Y., Duysters, G., & Cloudt, M. (2013). The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial intention. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(3), 623–641. <https://doi.org/10.1007/s11365-012-0246-z>
- Zhao, H., & Seibert, S. E. (2006). The big five personality dimensions and entrepreneurial status: A meta-analytical review. *Journal of Applied Psychology*, 91(2), 259–271. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.91.2.259>
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Lumpkin, G. T. (2010). The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review. *Journal of Management*, 36(2), 381–404. <https://doi.org/10.1177/0149206309335187>