



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 2 (2025) pp: 6959-6965

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

## Pengaruh Motivasi dan Religiusitas terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Universitas Islam Jakarta

Anisah Sellayanti Kinasih, Agustin Windianingsih, Darwis  
Program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Jakarta  
[anisahsellayanti@gmail.com](mailto:anisahsellayanti@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh motivasi dan religiusitas terhadap minat berwirausaha mahasiswa berbasis syariah di Universitas Islam Jakarta. Latar belakang penelitian ini didasari oleh pentingnya pengembangan wirausaha berbasis nilai syariah untuk mendukung ekonomi halal yang semakin berkembang di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 mahasiswa Universitas Islam Jakarta yang memiliki ketertarikan terhadap wirausaha. Analisis data dilakukan menggunakan metode Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS) dengan bantuan software SmartPLS 4, yang meliputi pengujian outer model untuk validitas dan reliabilitas instrumen, serta inner model untuk melihat hubungan antar variabel. Pengujian dilakukan melalui uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji F) pada tingkat signifikansi 5%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik motivasi maupun religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, baik secara parsial maupun simultan. Motivasi menjadi faktor yang dominan dengan nilai koefisien original sample yang lebih tinggi dibanding religiusitas. Temuan ini menegaskan bahwa faktor motivasi internal serta nilai-nilai religius memiliki peranan penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha berbasis syariah pada kalangan mahasiswa. Implikasi penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi lembaga pendidikan dan mendorong pengembangan wirausaha syariah di kalangan mahasiswa.

Kata kunci: Motivasi, Religiusitas, Minat Berwirausaha, Mahasiswa, Syariah

### 1. Latar Belakang

Indonesia memiliki jumlah penduduk yang besar, yakni lebih dari 282 juta jiwa pada semester pertama tahun 2024. Namun, tingginya angka populasi tersebut belum sejalan dengan ketersediaan lapangan kerja yang memadai. Data BPS pada Februari 2024 mencatat Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) masih sebesar 4,12%. Kesenjangan antara pertumbuhan penduduk dan kesempatan kerja ini mengindikasikan pentingnya alternatif solusi untuk mengurangi pengangguran, salah satunya melalui pengembangan sektor kewirausahaan.

Kewirausahaan dianggap sebagai pendorong utama perekonomian nasional karena berperan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, serta kesejahteraan masyarakat. Idealnya, minimal 2% populasi suatu negara menjadi wirausaha. Saat ini, rasio kewirausahaan di Indonesia mencapai 3,47%, masih lebih rendah dibandingkan Singapura (8,76%), Malaysia (4,74%), dan Thailand (4,26%). (Ikram, 2022). Oleh sebab itu, upaya menumbuhkan wirausaha baru, khususnya dari generasi muda, sangat diperlukan.

Mahasiswa sebagai bagian dari generasi produktif memiliki potensi besar dalam pengembangan kewirausahaan karena didukung oleh tingkat pendidikan, akses terhadap teknologi, serta kreativitas. Perguruan tinggi tidak hanya dituntut untuk melahirkan lulusan yang siap memasuki dunia kerja, tetapi juga diharapkan mampu membekali mereka agar dapat menciptakan peluang usaha sendiri. Namun, kenyataannya masih banyak mahasiswa yang lebih memilih menjadi pegawai di sektor formal dibandingkan memulai usaha sendiri. Di sisi lain, berwirausaha dapat menjadi alternatif yang menjanjikan secara ekonomi dan sosial, khususnya bila dijalankan dengan prinsip-prinsip syariah. (Aisyah et al., 2023).

Kewirausahaan berbasis syariah tidak hanya mengejar keuntungan duniawi, tetapi juga menjunjung tinggi nilai-nilai moral, etika, dan tanggung jawab sosial. Ekonomi Islam, tidak hanya bertujuan menyelesaikan persoalan ekonomi, tetapi juga mengarahkan setiap aktivitas ekonomi untuk meraih ridha Allah. (Windianingsih, Yusri, & Siregar, 2023). Dalam ajaran Islam, setiap aktivitas usaha dituntut untuk dijalankan dengan kejujuran, keadilan, serta menghindari hal-hal terlarang seperti riba, gharar, dan penipuan. Nabi Muhammad Shallallahu 'alaihi wa sallam sendiri merupakan figur teladan yang sukses berwirausaha dengan sifat amanah. Sebab itu,

sangat penting bagi mahasiswa Muslim menanamkan prinsip-prinsip religius dalam setiap langkah kewirausahaan yang mereka tempuh. Hal ini mencerminkan tercapainya keseimbangan antara orientasi dunia dan akhirat.

Motivasi dan religiusitas dianggap sebagai dua faktor yang memiliki peran penting dan signifikan dalam meningkatkan minat mahasiswa untuk berwirausaha. Motivasi menjadi dorongan internal yang mendorong seseorang untuk berani mengambil risiko dan memulai usaha, sementara religiusitas membentuk cara pandang dan perilaku etis dalam menjalankan bisnis. Menurut Keller (dalam Gavarkovs et al., 2025), motivasi didefinisikan sebagai proses pengaturan sumber daya dan penerapan langkah-langkah strategis yang bertujuan untuk menumbuhkan atau menciptakan perubahan dalam diri individu. Sedangkan, religiusitas dapat didefinisikan sebagai tingkat keyakinan yang spesifik terhadap prinsip-prinsip agama yang dipegang oleh seseorang. (Shohib,2020). Mahasiswa yang memiliki motivasi kuat dan pemahaman religius yang baik cenderung memiliki minat lebih tinggi dalam berwirausaha secara mandiri dan bertanggung jawab.

Khususnya di perguruan tinggi Islam, minat berwirausaha seyogianya difokuskan pada aktivitas bisnis yang selaras dengan syariat, guna mencetak wirausahawan muda yang selain produktif secara ekonomi, juga memiliki komitmen terhadap nilai-nilai Islam yakni tentunya yang sesuai dengan syariat Allah Subhanahu wa ta'ala dan Rasul-Nya yaitu belandaskan Al-Qur'an dan Hadis. Sayangnya, kenyataan memperlihatkan bahwa ketertarikan mahasiswa untuk menjalankan usaha berbasis syariah masih rendah, akibat terbatasnya pengetahuan dan dorongan kuat untuk memulai usaha. Berdasarkan hal tersebut, perlu dilakukan penelitian untuk menganalisis sejauh mana pengaruh motivasi dan religiusitas terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha berbasis syariah. Pemahaman akan hubungan di antara variabel-variabel ini diharapkan mampu menghasilkan strategi efektif guna mendorong mahasiswa terlibat aktif dalam kewirausahaan syariah sebagai solusi jangka panjang bagi pembangunan ekonomi dan pengurangan pengangguran. Hal tersebut juga menjadi harapan tersebarnya wirausaha sesuai syariat Islam.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh motivasi dan religiusitas terhadap minat berwirausaha mahasiswa. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh motivasi dan religiusitas secara simultan terhadap minat berwirausaha mahasiswa, serta menguji pengaruh motivasi dan religiusitas secara parsial terhadap minat berwirausaha mahasiswa.

## 2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, yang bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen, yaitu motivasi dan religiusitas, terhadap variabel dependen, yaitu minat berwirausaha pada mahasiswa. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu menjelaskan hubungan antar variabel melalui data numerik yang dapat dianalisis secara statistik. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang telah memenuhi kriteria penelitian. Data yang diperoleh kemudian diolah dan dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS), dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4 untuk memperoleh hasil analisis yang lebih akurat dan mendalam.

Metode ini dianggap tepat dalam penelitian kuantitatif, terutama ketika jumlah sampel relatif kecil dan data tidak memenuhi asumsi distribusi normal. Dalam penerapannya, terdapat berbagai perangkat lunak yang dapat digunakan untuk mengolah data SEM-PLS, salah satunya adalah aplikasi SmartPLS. (Hair et al., dalam Tabelessy et al., 2024). Selain cocok untuk model penelitian reflektif, SEM-PLS juga efektif digunakan pada model eksploratif dan prediktif, bahkan ketika ukuran sampel yang digunakan relatif kecil. (Fernanda, Luthifiana, & Akhyar, 2022).

### 2.1. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (dalam Wati, 2023), populasi adalah kelompok objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi sorotan utama penelitian, dengan tujuan agar hasil analisis dapat mewakili keseluruhan populasi. Dalam penelitian ini, populasi terdiri atas seluruh mahasiswa Universitas Islam Jakarta. Lebih lanjut, Sugiyono (dalam Ikram, 2022) menjelaskan bahwa teknik pengambilan sampel adalah cara memilih sebagian anggota populasi yang dinilai mampu merepresentasikan keseluruhan populasi, guna memperoleh data yang relevan. Berdasarkan pertimbangan tersebut, penelitian ini menetapkan sampel sebanyak 100 mahasiswa.

## 3. Hasil dan Diskusi

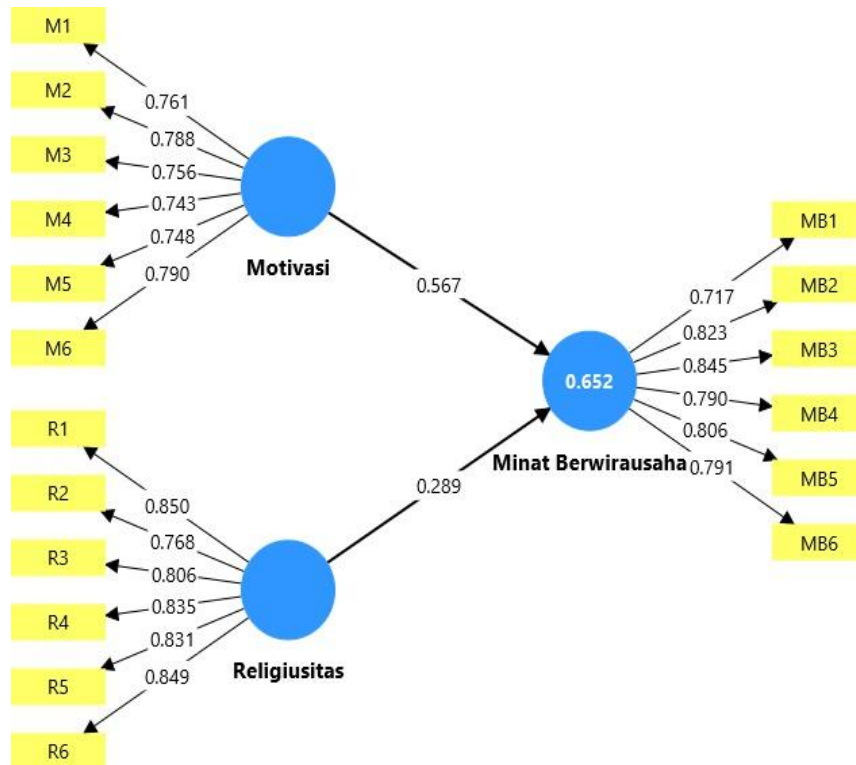
Dalam analisis *Partial Least Square* (PLS), terdapat dua komponen model yang digunakan, yaitu *outer model* yang berfungsi memvalidasi dan mengukur reliabilitas konstruk, serta *inner model* yang menganalisis hubungan antar variabel laten melalui pengujian hipotesis dan prediksi model. Penelitian ini akan mengadopsi beberapa tahap dalam pengolahan data sebagai berikut (Pering, 2021):

### 1. Pengujian Outer Model

*Outer model* bertujuan untuk mengkaji sejauh mana indikator-indikator yang digunakan dapat secara konsisten serta akurat merepresentasikan konstruk laten. Pengujian pada tahap ini mencakup tiga aspek utama: *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, dan *Composite Reliability*. Berikut merupakan skema yang

menyajikan model penelitian yang disusun berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS, yang menggambarkan penilaian *Outer Model* untuk menguji kualitas pengukuran indikator terhadap variabel laten:

Gambar 1. Skema *Outer Model*



Merujuk pada Gambar 1 terkait nilai *loading factor*, terlihat bahwa seluruh indikator pada setiap variabel memiliki nilai di atas 0,70. Kondisi ini mengindikasikan bahwa seluruh indikator tersebut bersifat valid dan mampu merefleksikan konstruk yang diwakilinya dengan baik. Sementara itu, menurut Ghozali (dalam Tabelessy, 2024), konstruk dinyatakan memiliki validitas konvergen yang memadai apabila nilai *Average Variance Extracted* (AVE) melebihi 0,50. Berikut merupakan tabel hasil pengujian AVE:

Tabel 1. Data Hasil Pengujian *Convergent Validity* Berdasarkan AVE

Variabel	AVE	Keterangan
Motivasi (X1)	0.585	Valid
Religiusitas (X2)	0.678	Valid
Minat Berwirausaha (Y)	0.634	Valid

Melalui analisis data dengan SmartPLS 4, diketahui bahwa nilai AVE untuk variabel Motivasi (0,585), Religiusitas (0,678), dan Minat Berwirausaha (0,634) seluruhnya melampaui batas minimum yakni 0,50. Hal ini menegaskan bahwa konstruk yang diteliti telah memenuhi kriteria validitas konvergen, sehingga instrumen penelitian dinyatakan sah dan layak digunakan dalam analisis model struktural pada tahap berikutnya.

Selanjutnya, untuk memperkuat temuan tersebut, dilakukan pengujian validitas diskriminan dengan menggunakan kriteria *Fornell-Larcker*. Menurut pendekatan ini, suatu konstruk dianggap memenuhi validitas diskriminan jika akar kuadrat AVE-nya lebih tinggi dibandingkan korelasi konstruk tersebut dengan konstruk lainnya. Rincian hasil analisis berdasarkan metode *Fornell-Larcker* tersaji pada tabel berikut.

Tabel 2. Data Hasil Pengujian *Discriminant Validity* Berdasarkan *Fornell Larcker*

Variabel	Minat Berwirausaha	Motivasi	Religiusitas
Minat Berwirausaha (Y)	0.796		
Motivasi (X1)	0.785	0.765	
Religiusitas (X2)	0.717	0.755	0.824

Sumber: Data diolah SmartPLS 4, 2025

Hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS 4 menunjukkan nilai akar kuadrat AVE sebesar 0,796 untuk Minat Berwirausaha (Y), 0,765 untuk Motivasi (X1), dan 0,824 untuk Religiusitas (X2). Seluruh nilai ini lebih tinggi dibanding korelasi antar konstruk. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam model telah memenuhi validitas diskriminan menurut kriteria *Fornell-Larcker*, yang memastikan bahwa setiap konstruk terukur secara jelas dan terpisah dari konstruk lainnya tanpa terjadi tumpang tindih makna.

#### a. Composite Reliability

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk menilai sejauh mana indikator-indikator memiliki konsistensi internal dalam mengukur suatu konstruk laten yang menunjukkan bahwa indikator tersebut stabil.

Tabel 3. Data Hasil Pengujian *Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability</i>	Keterangan
Minat Berwirausaha (Y)	0.884	0.912	Reliabel
Motivasi (X1)	0.858	0.894	Reliabel
Religiusitas (X2)	0.905	0.927	Reliabel

Sumber: Data diolah SmartPLS 4, 2025

Seluruh nilai reliabilitas konstruk dalam penelitian ini telah mencapai standar yang menjadi acuan dalam penelitian ini. *Composite Reliability* masing-masing konstruk telah melewati nilai ambang yang ditentukan yaitu 0,70 sebagaimana diungkapkan oleh Imam Ghozali dalam Mariska (2024), yang menyatakan bahwa nilai tersebut mencerminkan kestabilan internal yang menunjukkan kualitas baik.

Selain itu, hasil uji *Cronbach's Alpha* juga menunjukkan bahwa semua konstruk berada dalam kategori reliabel, dengan nilai 0,884 untuk Minat Berwirausaha, 0,858 untuk Motivasi, dan 0,905 untuk Religiusitas. Dengan demikian, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel karena seluruh indikator mampu secara konsisten merepresentasikan konstruk yang diukur.

## 2. Pengujian Inner Model

*Inner model* diuji guna mengevaluasi tingkat signifikansi keterkaitan antar konstruk laten dalam model. Salah satu indikator utama dalam evaluasi inner model adalah nilai R-square ( $R^2$ ), yang menunjukkan sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen.

Dalam hal ini, nilai  $R^2$  diklasifikasikan sebagai berikut: 0,75 menandakan model yang kuat, 0,50 termasuk dalam kategori sedang, sedangkan 0,25 dinilai lemah. Berdasarkan hasil analisis data dengan SmartPLS 4, nilai R-square yang diperoleh dimanfaatkan untuk mengukur seberapa besar kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini, yang ditunjukkan dalam tabel berikut;

Tabel 4. Data Hasil Pengujian R-Square

Variabel Dependen	R-square
Minat Berwirausaha	0.652

Sumber: Data diolah SmartPLS 4, 2025

Berdasarkan data di atas, variabel Minat Berwirausaha memiliki nilai R-square sebesar 0,652, termasuk dalam kategori sedang menuju kuat. Hal ini menunjukkan bahwa Motivasi dan Religiusitas secara simultan menjelaskan 65,2% variasi Minat Berwirausaha, sementara sisanya sebesar 34,8% ialah yang dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar model penelitian ini.

### 3. Pengujian Hipotesis

#### a. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk menilai signifikansi hubungan antar konstruk dengan merujuk pada nilai koefisien parameter dan nilai *t-statistic* dari analisis *bootstrapping* pada *output Path Coefficients*. Uji ini digunakan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan antara variabel laten dalam model struktural. Pengujian dilakukan pada tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ), sehingga suatu hubungan dianggap signifikan apabila nilai *t-statistic* > 1,96 dan nilai *p-value* < 0,05. Kriteria ini mengindikasikan bahwa keterkaitan antara konstruk dalam model memiliki dasar statistik yang kuat untuk diinterpretasikan secara ilmiah. Hasil uji hipotesis secara parsial disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 5. Data Hasil Pengujian Hipotesis

Variabel	Original sample	T statistics	P values	Keterangan
Motivasi -> Minat Berwirausaha	0.567	4.686	0.000	Diterima
Religiusitas-> Minat Berwirausaha	0.289	2.192	0.028	Diterima

Sumber: Data diolah SmartPLS 4, 2025

Hasil analisis menunjukkan bahwa motivasi dan religiusitas sama-sama berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat berwirausaha. Motivasi memberikan pengaruh lebih kuat, dengan *original sample* (O) sebesar 0,567, *t-statistik* 4,686 (> 1,96), dan *p-value* 0,000 (< 0,05), menandakan semakin besar motivasi, semakin tinggi pula minat berwirausaha. Sementara itu, religiusitas turut memberikan pengaruh positif meskipun lebih kecil, dengan O sebesar 0,289, *t-statistik* 2,192 (> 1,96), dan *p-value* 0,028 (< 0,05). Dengan demikian, kedua variabel tersebut berkontribusi signifikan secara parsial terhadap peningkatan minat berwirausaha, sehingga hipotesis penelitian ini dinyatakan diterima.

## b. Uji simultan (uji F)

Uji simultan bertujuan menguji sejauh mana motivasi dan religiusitas bersama-sama memengaruhi minat berwirausaha. Hasil analisis model struktural menunjukkan dengan menggunakan rumus F hitung memperoleh hasil yakni sebesar 90,86, sedangkan F tabel pada taraf signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ) dengan derajat kebebasan (2;97) adalah 3,09. Karena nilai F hitung melebihi F tabel, dapat disimpulkan bahwa motivasi dan religiusitas berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat berwirausaha. Oleh karena itu, hal tersebut mengindikasikan bahwa kedua variabel independen bersama-sama memiliki peran penting dalam menjelaskan variasi minat berwirausaha mahasiswa. Dengan demikian, model dinyatakan valid dan layak untuk menjelaskan hubungan antar variabel dalam penelitian.

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Motivasi terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan hasil uji hipotesis, ditemukan bahwa motivasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,567, t-statistik sebesar 4,686, dan p-value 0,000 ( $p < 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat motivasi mahasiswa, semakin besar pula keinginan mereka untuk terlibat dalam aktivitas berwirausaha. Motivasi mencakup dorongan untuk mandiri secara finansial, mengejar prestasi, berani mengambil risiko, serta menggapai masa depan yang lebih baik. Temuan ini mendukung teori kebutuhan berprestasi McClelland (dalam Musdalifah et al., 2024), yang menyatakan bahwa individu dengan motivasi berprestasi tinggi memiliki kecenderungan kuat untuk memulai usaha. Selain itu, motivasi dalam konteks syariah juga dipengaruhi oleh nilai spiritual, seperti keinginan menjalankan usaha yang halal, jujur, dan bermanfaat di dunia maupun di akhirat. Dengan demikian, motivasi terbukti sebagai faktor utama yang mendorong minat berwirausaha mahasiswa, baik secara material maupun spiritual.

### 2. Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Berwirausaha

Berdasarkan uji hipotesis, religiusitas terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam berwirausaha, dengan koefisien jalur 0,289, t-statistik sebesar 2,192, dan p-value 0,028 ( $p < 0,05$ ). Artinya, makin tinggi tingkat religiusitas mahasiswa, makin kuat pula minat mereka untuk berwirausaha. Religiusitas bukan hanya tampak dalam pelaksanaan ibadah ritual, tetapi juga diwujudkan melalui nilai-nilai Islam dalam dunia usaha, seperti bersikap jujur, bertanggung jawab, dan menghindari riba. Hal ini menegaskan bahwa religiusitas merupakan faktor penting yang mendorong minat berwirausaha berbasis syariah, karena individu religius cenderung menjadikan wirausaha sebagai bentuk ibadah dan sarana untuk meraih keberkahan dalam hidup.

### 3. Pengaruh Motivasi dan Religiusitas terhadap Minat Berwirausaha secara Simultan

Hasil analisis menunjukkan bahwa motivasi dan religiusitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, dengan nilai R-square sebesar 0,652 dan F-hitung sebesar 90,86  $>$  F-tabel 3,09 ( $p < 0,05$ ). Ini berarti 65,2% variasi minat berwirausaha dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa kombinasi antara dorongan internal (motivasi) dan nilai-nilai spiritual (religiusitas) memperkuat kesiapan mahasiswa dalam berwirausaha secara syariah. Dengan demikian, hipotesis simultan dalam penelitian ini dinyatakan diterima.

## 4. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dengan metode SEM-PLS, penelitian ini menyimpulkan bahwa motivasi dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa berbasis syariah. Secara parsial, motivasi menunjukkan pengaruh yang lebih dominan dengan nilai koefisien *original sample* (O) sebesar 0,567, nilai t-statistik 4,686 ( $> 1,96$ ), dan p-value 0,000 ( $< 0,05$ ). Sementara itu, religiusitas juga berpengaruh positif dengan nilai koefisien O sebesar 0,289, nilai t-statistik 2,192 ( $> 1,96$ ), dan p-value 0,028 ( $< 0,05$ ). Secara simultan, kedua variabel mampu menjelaskan 65,2% variasi dalam minat berwirausaha mahasiswa, menunjukkan bahwa kombinasi motivasi internal dan nilai religius yang kuat dapat meningkatkan kesiapan individu untuk terlibat dalam aktivitas kewirausahaan berbasis syariah. Dari simpulan ini, diharapkan mahasiswa perlu terus meningkatkan motivasi dan religiusitas sebagai bekal dalam berwirausaha, agar usaha yang dijalankan tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga menjadi sarana meraih keberkahan dan memberikan manfaat bagi masyarakat. Perguruan tinggi diharapkan mengembangkan program yang menanamkan nilai spiritual dalam praktik bisnis. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi variabel tambahan dan memperluas cakupan sampel agar hasil lebih menyeluruh.

## Referensi

1. Alfawzan, A., Tamvada, J. P., Aldhehayan, A., Temouri, Y., & Pereira, V. (2024). The impact of Islamic religiosity on innovation propensity. *Technological Forecasting and Social Change*, 207, 123598. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123598>
2. Anam, M. S. M., Yulianti, M., Afisa, W., Safitri, I., & Ayu, N. (2021). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Religiusitas, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Faktor Demografi Terhadap Minat Berwirausaha. (*Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 9, No. 4). <https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1369-1382>
3. Aisyah, S., Rahmani, N. A. B., & Hasibuan, S. (2023). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi, Lingkungan Keluarga dan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Muslim. *Journal on Education*, 5(4), 11740–11757. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i4.2131>
4. Azzahra, R., Eryanto, H., & Usman, O. (2023). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Motivasi Berwirausaha terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 3(2), Agustus 2023. <https://doi.org/10.53067/ijebeef>
5. Fernanda, J. W., Luthifiana, V., & Akhyar, M. K. (2022). Analisis Partial Least Square Structural Equation Model (PLS-SEM) untuk pemodelan penerimaan sistem Jaringan Informasi Bersama Antar Sekolah (JIBAS). *Jurnal Statistika*, 15(2), 292–297. <https://doi.org/10.36456/jstat.vol15.no2.a6436>
6. Gavarkovs, A., Miller, E., Coleman, J., Gunasegaran, T., Kusurkar, R. A., Kulasegaram, K., Anderson, M., & Brydges, R. (2025). Motivation theories and constructs in experimental studies of online instruction: Systematic review and directed content analysis. *JMIR Medical Education*, 11. <https://doi.org/10.2196/64179>
7. Ikram, A. D. (2022). Pengaruh motivasi, religiusitas dan ekspektasi pendapatan serta akses permodalan terhadap minat menjadi wirausahawan Muslim (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry) Skripsi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
8. Khofifah, A. N. (2023). Minat Mahasiswa Dalam Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2019 Iain Metro Lampung). Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Metro.
9. Kusa, R., Duda, J., & Suder, M. (2021). Explaining SME performance with fsQCA: The role of entrepreneurial orientation, entrepreneur motivation, and opportunity perception. *Journal of Innovation & Knowledge*, 6(4), 234–245. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2021.06.001>
10. Laksono, W. B., et al. (2022). Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan, Religiusitas, Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha Dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 7(1), 01-22. <https://ejournal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojs/index.php/ijoeib>
11. Magno, F., Cassia, F., & Ringle, C. M. (2024). A brief review of partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) use in quality management studies. *The TQM Journal*, 36(5), 1242–1251. <https://doi.org/10.1108/TQM-06-2022-0197>
12. Mariska, L. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian di Toko MW Shop Kota Parepare. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Parepare.
13. Musdalifah, S., Marlina, S., & Sengo, A. (2024). Pengaruh need for achievement terhadap minat berwirausaha mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Patompo. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7(3). <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/view/29746>
14. Nurhasanah, E., Widianingsih, A., Murtiyani, S., Utarto, N. A. A., Darmawan, M. W., Wijaya, T., Jatnika, M. D., Suryono, A., Mubarok, A. Z. S., Zahra, Q. S. A., & Najib, M. A. (2023). Manajemen bisnis halal (A. Fadhlani, Ed.). PT Penamuda Media.
15. Putri, A. Z., Wolor, C. W., & Marsofiyati, M. (2024). Faktor-faktor pada mahasiswa dalam menumbuhkan minat berwirausaha. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.58192/profit.v3i1.1626>
16. Pering, I. M. A. (2021). Kajian analisis jalur dengan Structural Equation Modeling (SEM) SmartPLS 3.0. *Jurnal Satyagraha*, 3(2), Agustus 2020–Januari 2021. <http://ejournal.universitasmahendradatta.ac.id/index.php/satyagraha>
17. Rahayu, S., Kurniawan, W., Rifa'i, A., Fitriani, H., Windianingsih, A., Farhani, H., Utami, N. M. S., Sekarini, R. A., Syamsulbahri, S., Masliardi, A., & Rahim, H. (2023). Konsep dasar kewirausahaan (A. Andriyanto, Ed.). Penerbit Lakeisha.
18. Rianti, G., Hendrianto, H., & Khudori, K. U. (2022). Pengaruh Lingkungan Keluarga dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah (IAIN) [http://theses.iaincurup.ac.id/935/1/Gite Rianti%281%29.pdf](http://theses.iaincurup.ac.id/935/1/Gite%20Rianti%281%29.pdf)
19. Shohib, M. (2020). Religiusitas dan Entrepreneurship. *Cognicia*, 8(2), 169–177. <https://doi.org/10.22219/cognicia.vol8.no2.169-177>
20. Tabelessy, W., & Pattiruhu, J. R. (2024). Pelatihan WarpPLS: Aplikasi alternatif pengujian hipotesis SEM-PLS. *Community Development Journal*, 5(2), 2723–2729.
21. Wati, N. A. R. (2023). Pengaruh Motivasi, Kepribadian, Religiusitas, Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Generasi Z Muslim Di Kota Tegal. Skripsi, Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri.
22. Windianingsih, A., Yusri, A., & Siregar, M. (2023). Optimalisasi pemberdayaan wakaf berbasis community development pada Pondok Pesantren Manbaul Ulum Kota Cirebon. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 159–169. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6\(1\).12515](https://doi.org/10.25299/syarikat.2023.vol6(1).12515)