

PERSONALITY TRAITS MAHASISWA DAN DAMPAK BISNIS DIGITAL: PENGARUH TERHADAP GREEN ENTREPRENEURIAL INTENTION

Camelia Safitri

Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

Email: cameliasafitri2408@uhamka.ac.id

ABSTRAK. Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh sifat pribadi mahasiswa terhadap partisipasi mereka dalam bisnis digital serta dampaknya terhadap ekonomi digital. Menggunakan pendekatan kuantitatif, survei online dilakukan terhadap 200 mahasiswa. Personality traits dianalisis menggunakan teori Big Five yang mencakup *ekstrovert*, *agreeableness*, *conscientiousness*, *neuroticism*, dan *openness*. Data dianalisis dengan regresi linear. Hasil penelitian menunjukkan bahwa personality Traits memiliki pengaruh terhadap *Green Entrepreneurship Intention*, sedangkan ekonomi dan bisnis digital tidak memiliki pengaruh terhadap *Green Entrepreneurship Intention*, sifat *ekstrovert*, *agreeableness*, dan *conscientiousness* berpengaruh positif terhadap partisipasi dan kontribusi mahasiswa dalam bisnis digital, sementara sifat *neuroticism* dan *openness* berpengaruh negatif. Penelitian ini menegaskan pentingnya sifat pribadi dalam mempengaruhi partisipasi mahasiswa dalam bisnis digital dan merekomendasikan strategi untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi mereka. Hasil penelitian diharapkan dapat mendukung pengembangan strategi pendidikan dan pelatihan yang lebih efektif dalam bidang kewirausahaan digital dan dapat meningkatkan *Green Entrepreneurial Intention* dikalangan mahasiswa.

Kata Kunci: *Personality Traits; Bisnis Digital; Mahasiswa; Ekonomi Digital; Teori Big Five.*

ABSTRACT. *This research explores the influence of students' personal characteristics on their participation in digital business and its impact on the digital economy. Using a quantitative approach, an online survey was conducted on 200 students. Personality traits are analyzed using the Big Five theory which includes extroversion, agreeableness, conscientiousness, neuroticism, and openness. Data were analyzed using linear regression. The research results show that personality traits have an influence on Green Entrepreneurship Intention, while economics and digital business have no influence on Green Entrepreneurship Intention, extroversion, agreeableness, and conscientiousness have a positive influence on student participation and contribution in digital business, while neuroticism and openness have an influence. negative. This research confirms the importance of personal traits in influencing students' participation in digital business and recommends strategies to increase their awareness and participation. It is hoped that the research results can support the development of more effective education and training strategies in the field of digital entrepreneurship and can increase Green Entrepreneurial Intention among students.*

Keywords: *Personality Traits; Digital Business; Student; Digital Economy; Big Five Theory*

PENDAHULUAN

Dalam era digital, sifat pribadi individu memiliki dampak signifikan terhadap cara mereka berinteraksi dengan teknologi dan berpartisipasi dalam bisnis digital.

Mahasiswa, sebagai generasi yang paling aktif dalam penggunaan teknologi, memiliki peran penting dalam mempengaruhi perkembangan bisnis digital.

Di era digital yang berkembang pesat, personality traits memainkan peran penting dalam menentukan bagaimana individu, khususnya mahasiswa, berpartisipasi dalam bisnis digital dan ekonomi digital. Selain itu, terdapat minat yang semakin besar terhadap konsep minat kewirausahaan hijau (*green entrepreneurship Intention*), yang berfokus pada upaya bisnis yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Kajian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara personality traits mahasiswa, partisipasi mereka dalam bisnis digital, kontribusi mereka terhadap ekonomi digital, dan dampaknya terhadap niat menjadi pengusaha hijau (*Green Entrepreneur Intention*).

Pemahaman tentang konsep dasar tes Five Big Personality Traits (*The Big Five*) (Febri Triana et al., 2024) pada kepribadian mahasiswa adalah landasan penting untuk menggali wawasan mengenai karakteristik unik setiap individu dalam lingkungan pendidikan tinggi. Konsep ini merujuk pada model psikologis yang mengidentifikasi lima dimensi utama dalam kepribadian seseorang: *Neuroticism* (kecemasan), *Extraversion* (ekstroversi), *Openness* (keterbukaan), *Agreeableness* (kesantunan), dan *Conscientiousness* (ketelitian).

Penerapan tes *Five Big Personality Traits* memungkinkan pendidik untuk memahami aspek-aspek kepribadian mahasiswa lebih mendalam, membantu dalam menyesuaikan metode pengajaran, serta memberikan bimbingan yang lebih terarah. Dengan memahami karakteristik individu pada setiap dimensi kepribadian, dosen dapat merancang strategi pembelajaran yang lebih sesuai dengan gaya belajar mahasiswa, meningkatkan interaksi kelas yang positif, dan mendukung perkembangan emosional serta akademis mahasiswa secara holistik.

Selain itu, dalam konteks ekonomi dan bisnis digital, pemahaman ini juga

memberikan dasar yang kuat dalam mengembangkan keterampilan yang relevan di era digital. Mahasiswa dengan sifat *ekstroversi* mungkin lebih cenderung untuk berhasil dalam bidang yang memerlukan interaksi sosial dan networking, sementara mahasiswa dengan sifat *conscientiousness* mungkin unggul dalam manajemen proyek digital dan detail pekerjaan. *Openness* dapat berhubungan dengan kreativitas dan inovasi dalam menciptakan produk digital baru, sedangkan *agreeableness* dapat mempengaruhi kemampuan bekerja dalam tim. *Neuroticism*, jika dikelola dengan baik, bisa memberikan ketahanan mental dalam menghadapi tantangan bisnis digital (Viloria-Núñez et al., 2023).

Penggunaan konsep ini juga penting untuk mengembangkan berbisnis mahasiswa yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan individu mahasiswa, terutama dalam membekali mereka untuk berpartisipasi dalam ekonomi digital. Dengan demikian, pemahaman tentang tes *Five Big Personality Traits* tidak hanya memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang karakteristik individu, tetapi juga menjadi landasan penting dalam menciptakan lingkungan pendidikan yang inklusif dan adaptif, serta mempersiapkan mahasiswa untuk sukses dalam bisnis digital (Cao et al., 2021).

Hasil penelitian terdahulu menyebutkan bahwa faktor personal yang berpengaruh terhadap tinggi dan rendahnya intensi kewirausahaan adalah *personality traits* ((Karabulut, 2016);(Kerr et al., 2017); (Karimi et al., 2017); (Darmanto, 2012); (Ida & Tjun, 2012); (Larviatmo & Ratnawati, 2018

Penggunaan konsep *Five Big Personality Traits* menjadi krusial dalam mengembangkan pendekatan berbisnis yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan individual mahasiswa. Ini memberikan fondasi yang kokoh untuk memahami

karakteristik unik dari setiap mahasiswa, memungkinkan lembaga pendidikan untuk menciptakan lingkungan yang inklusif dan adaptif. Selain itu, pemahaman ini juga mempersiapkan mahasiswa untuk menghadapi tantangan dan kesempatan yang muncul dalam ekonomi digital yang terus berkembang. Hasil penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa *personality traits* memainkan peran kunci dalam menentukan intensi seseorang untuk terlibat dalam kewirausahaan. Hal ini menekankan pentingnya memahami bagaimana karakteristik pribadi mempengaruhi sikap dan perilaku mahasiswa terkait bisnis dan kewirausahaan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih lanjut bagaimana *personality traits* mahasiswa memengaruhi partisipasi mereka dalam bisnis digital dan ekonomi digital, serta dampaknya terhadap *Green Entrepreneur Intention*. Dengan memahami hubungan antara *personality traits*, partisipasi dalam bisnis dan ekonomi digital, serta niat untuk menjadi pengusaha hijau, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pengembangan pendidikan dan pelatihan di bidang kewirausahaan. Hal ini akan membantu mahasiswa untuk lebih siap dan sukses dalam menghadapi tantangan bisnis dan kewirausahaan di era digital yang semakin kompleks.

Penelitian yang mempelajari *Green Entrepreneurship Intention* di kalangan mahasiswa masih tergolong minim serta menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Beberapa penelitian yang membahas hal tersebut adalah (Yi, 2020); (Soomro et al., 2020)(Qazi et al., 2020); (Chee & Nordin, 2020) masing-masing dilakukan di Pakistan, China dan Malaysia. Selain itu, belum banyak penelitian minat kewirausahaan hijau yang dilakukan di Indonesia (Sudyasjayanti, 2017); (Nuringsih & Puspitowati, 2017).

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana *personality traits* mahasiswa mempengaruhi partisipasi mereka dalam bisnis digital dan ekonomi digital dampaknya terhadap *Green Entrepreneur Intention*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif kausal. Jenis penelitian kuantitatif ini merupakan metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme. Filsafat positivisme diartikan sebagai ilmu pengetahuan alam sebagai satu-satunya sumber pengetahuan. Filsafat positivisme digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, memandang realitas, fenomena, atau gejala sebagai sesuatu yang dapat diklasifikasikan, diamati, konkrit, teratur, dan mempunyai hubungan sebab akibat. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan instrumen penelitian, dan analisis serta bersifat kuantitatif/statistik.

Penelitian kuantitatif merupakan suatu kegiatan yang didalamnya terdapat proses pengumpulan, pengelolaan, analisis, dan penyajian data secara objektif untuk mendeskripsikan dan menguji hipotesis yang telah ditentukan. Penelitian kausal adalah penelitian yang mengkaji hubungan sebab akibat antara variabel yang mempengaruhi (variabel bebas) dan variabel yang dipengaruhi (variabel terikat) (Sugiyono, 2019) Penelitian ini menggunakan tiga variabel yang terdiri dari dua variabel independen yaitu *Personality Traits* (X_1) dan Ekonomi dan Bisnis Digital (X_2), serta satu variabel dependen yaitu *Green Entrepreneur Intention* (Y). Penelitian kuantitatif kausal dari definisi di atas dapat disimpulkan sebagai penelitian yang mengumpulkan, mengelola, menganalisis, dan menyajikan data secara objektif untuk mengetahui hubungan sebab

akibat antar variabel yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Prof. Dr Hamka.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik simple random sampling, yaitu pengambilan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Dengan teknik pengambilan sampel tersebut diperoleh 240 sampel mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Demografi Responden

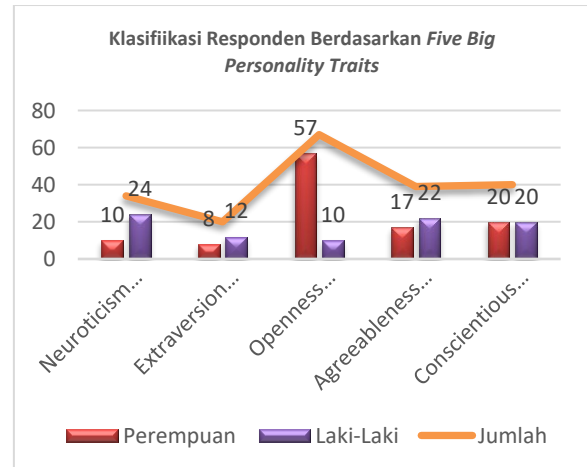
Tabel 1. Demografi Responden

Responden	Laki-laki	Perempuan
	24	176
Total Responden	200	

Sumber: peneliti 2024

Dari total 200 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, sebanyak 24 di antaranya adalah laki-laki, sedangkan sisanya, yaitu 176 responden, adalah perempuan. Data ini menggambarkan perbandingan gender dari responden yang terlibat dalam penelitian. Dengan perincian tersebut, analisis lebih lanjut dapat dilakukan untuk mengeksplorasi apakah ada perbedaan signifikan antara respons atau hasil dari kedua kelompok gender ini dalam konteks penelitian yang sedang dilakukan.

Pada penelitian kali ini peneliti mengklasifikasikan data hasil temuan Responden Berdasarkan *Five Big Personality Traits* dijelaskan pada gambar 1.



Gambar 1. Klasifikasi Responden Berdasarkan *Five Big Personality Traits*

Sumber: peneliti 2024

Dalam klasifikasi responden berdasarkan *Five Big Personality Traits*, terlihat perbedaan yang menarik antara perempuan dan laki-laki. Secara khusus, terdapat perbedaan yang signifikan dalam tingkat kecemasan, di mana jumlah laki-laki yang menunjukkan kecemasan lebih tinggi daripada perempuan. Namun, dalam hal ekstroversi, tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara kedua kelompok gender. Yang paling mencolok adalah perbedaan dalam keterbukaan, dengan jumlah perempuan yang jauh lebih tinggi dalam menunjukkan keterbukaan dibandingkan dengan laki-laki. Meskipun begitu, tidak ada perbedaan yang terlalu mencolok dalam tingkat kesantunan dan ketelitian antara perempuan dan laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa variasi dalam tingkat kepribadian dapat ditemukan di antara kedua kelompok gender, dan perbedaan paling mencolok terjadi dalam faktor keterbukaan dan kecemasan.

Tabel 2. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	2.257	.938		2.405	.017
1 Personality Traits	-.028	.062	-.020	-.463	.644
Ekonomi dan Bisnis Digital	.673	.035	.824	19.436	.000

a. Dependent Variable: Green Entrepreneur Intention

Sumber: data diolah peneliti 2024

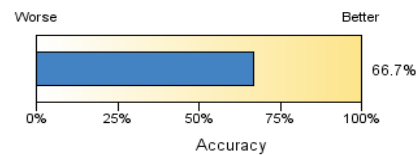
Berdasarkan tabel 2 menunjukkan hasil pengujian secara parsial dari variabel Ekonomi dan Bisnis Digital (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,644 > 0,05$ dan dengan $\alpha=0,05$, $df=n-k-1=200-2-1=197$, diperoleh nilai t-tabel untuk pengujian dua pihak sebesar (1.65251) sehingga $T_{hitung} < T_{tabel}$ yakni $-.463 < 1.65251$, yang dapat diartikan ekonomi dan bisnis digital tidak memiliki pengaruh terhadap *green entrepreneurial intention* (GEI), nilai t positif menunjukkan bahwa variabel *Personality Traits* (X2) mempunyai pengaruh yang berlawanan arah dengan *green entrepreneurial intention* (GEI) mahasiswa (Y), sehingga H1 ditolak yakni Ekonomi dan Bisnis Digital berpengaruh negatif terhadap *Green Entrepreneurship Intention* (GEI) mahasiswa, sedangkan *Personality Traits* (X2) memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan dengan $\alpha=0,05$, $df=n-k-1=200-2-1=197$, diperoleh nilai t-tabel untuk pengujian dua pihak sebesar (1.65251) sehingga $T_{hitung} > T_{tabel}$ yakni $19,436 > 1,973$, yang diperoleh pada variabel *Personality Traits* (X2), sehingga dapat disimpulkan bahwa *Personality Traits* (X2) mempunyai pengaruh terhadap *green entrepreneurial intention* (GEI) mahasiswa (Y), nilai t positif menunjukkan bahwa variabel *Personality Traits* (X2) mempunyai pengaruh yang searah dengan *green entrepreneurial intention* (GEI)

mahasiswa (Y), sehingga H2 diterima yakni *Personality Traits* berpengaruh positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa.

Model Summary

Target	Green Entrepreneur Intention
Automatic Data Preparation	On
Model Selection Method	Forward Stepwise
Information Criterion	77.340

The information criterion is used to compare to models. Models with smaller information criterion values fit better.



Gambar 2. Model Summary

Dalam konteks ini, jika sebuah model memiliki nilai kriteria informasi sebesar 77,340, maka deskripsi yang sesuai adalah bahwa model tersebut memiliki tingkat kesesuaian yang cukup baik dengan data. Semakin rendah nilai kriteria informasi, semakin baik model tersebut cocok dengan data yang diamati. Jadi, dengan nilai 77,340, model tersebut mungkin telah menunjukkan tingkat kecocokan yang cukup baik, meskipun penilaian akhirnya tergantung pada konteks spesifik dari analisis atau pemodelan yang sedang dilakukan.

Tabel 3. Hasil analisis koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.819 ^a	.671	.668	1.205

a. Predictors: (Constant), Personality Traits, Ekonomi dan Bisnis Digital

Sumber: data diolah peneliti 2024

Berdasarkan tabel 3 menjelaskan bahwa nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) yaitu sebesar 0,668 atau sebesar

66,8 %. Nilai tersebut menggambarkan bahwa sumbangan pengaruh Ekonomi dan Bisnis Digital (X1) dan Personality Traits (X2) terhadap *green entrepreneurial intention* (GEI) (Y) pada mahasiswa sebesar 66,86 % dan sisanya sebesar 33,14 % merupakan sumbangan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model yang diajukan dalam penelitian ini

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Personality Traits* mahasiswa memiliki dampak signifikan terhadap partisipasi mereka dalam *Green Entrepreneurship Intention* (GEI). Mahasiswa yang memiliki sifat ekstrovert, agreeableness, dan conscientiousness lebih cenderung berpartisipasi diri pada variabel *Personality Traits* dan memiliki pengaruh positif terhadap *Green Entrepreneurship Intention* (GEI). Sebaliknya, mahasiswa yang memiliki sifat neuroticism dan openness kurang cenderung berpartisipasi dan memiliki pengaruh negatif terhadap ekonomi digital.

Penelitian terkait dengan pengaruh ekonomi dan bisnis digital terhadap *green entrepreneurship intention* tidak ditemukan dalam sumber yang tersedia. Namun, beberapa penelitian telah mengeksplorasi hubungan antara *green economy*, *green entrepreneurial orientation*, dan *green entrepreneurial intention*, serta peran *self-efficacy* dan *risk propensity* dalam mempengaruhi keputusan *entrepreneurial*. Penelitian (Nuringsih & Puspitowati, 2018) menemukan bahwa *green economy* dan *green entrepreneurial orientation* memiliki efek langsung pada *green entrepreneurial intention*, serta memiliki efek mediasi melalui *green entrepreneurial orientation*. Penelitian lainnya, seperti yang dilakukan oleh (Hugo & Nuringsih, 2020), juga menunjukkan bahwa *green entrepreneurial orientation* memiliki dampak yang lebih signifikan terhadap *green entrepreneurship intention* dibandingkan dengan *self-efficacy*. Dalam beberapa penelitian, *green*

entrepreneurial orientation didefinisikan sebagai pendekatan multidimensional yang meliputi pro-aktifitas, inovatif, dan risk-taking. Pro-aktifitas berarti kemampuan untuk mengantisipasi dan memenuhi kebutuhan pasar di masa depan, inovatif berarti kemampuan untuk mengembangkan produk dan layanan baru, serta risk-taking berarti kemampuan untuk memasuki pasar yang belum diketahui sebelumnya.

Hasil dari penelitian-penelitian terdahulu yang didapatkan oleh peneliti, didapati bahwa variabel *personality traits*, dukungan akademik dan Kemampuan Berinovasi berpengaruh terhadap *Green Entrepreneurship Intention* (Ahmad et al., 2015); (Tan et al., 2013); (Karabulut, 2016); (Qazi et al., 2020); (Chee & Nordin, 2020); (Liang et al., 2019); (Peng et al., 2021). Namun, beberapa penelitian lain menunjukkan hasil yang kontradiksi dari penelitian sebelumnya. (Ahmad et al., 2015).

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa *Personality Traits* mahasiswa memiliki peran penting dalam mempengaruhi partisipasi mereka dalam *Green Entrepreneurship Intention* (GEI), sedangkan hadirnya ekonomi dan bisnis digital dalam pembelajaran tidak mempengaruhi *Green Entrepreneurship Intention* (GEI). Oleh karena itu, diperlukan strategi yang sesuai untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi mahasiswa dalam bisnis digital, serta meningkatkan kemampuan mereka dalam berinteraksi dengan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, N. H., Halim, H. A., Ramayah, T., & Rahman, S. A. (2015). Green entrepreneurship inclination among the younger generation: An avenue towards a green economy. *Problems*

- and Perspectives in Management, 13(2). <https://doi.org/10.1002/sd.2010>
- Cao, G., Duan, Y., & Tian, N. (2021). Identifying the configurational conditions for marketing analytics use in UK SMEs. *Management Decision*, 59(12), 2952–2969. <https://doi.org/10.1108/MD-07-2020-0945>
- Chee, W.-L., & Nordin, N. (2020). Green Entrepreneurial Intention of MBA Students: A Malaysian Study. 5, 38–55.
- Darmanto, S. (2012). Peran sifat personalitas (personality traits) dalam mendorong minat berwirausaha mahasiswa. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 25(1), 30–45.
- Febri Triana, F., Ananta, G., Dhimas Sadewa, R., & Arkhan, R. (2024). *Konsep Dasar Tes Five Big Personality Traits pada Kepribadian Siswa*.
- Hugo, E. M., & Nuringsih, K. (2020). Entrepreneurial Education, Green Orientation Entrepreneur, dan Green Value terhadap Ecology Entrepreneurial Intention. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(4). <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i4.9871>
- Ida, & Tjun, L. T. (2012). Analisis Perbedaan Pengaruh Personality Traits Terhadap Portfolio Choice Of Risk Dan Ambiguity Aversion Berdasarkan Gender. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 77–102.
- Karabulut, A. T. (2016). Personality Traits on Entrepreneurial Intention. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 229, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.07.109>
- Karimi, S., Biemans, H. J. A., Naderi Mahdei, K., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2017). Testing the relationship between personality characteristics, contextual factors and entrepreneurial intentions in a developing country. *International Journal of Psychology*, 52(3), 227–240. <https://doi.org/10.1002/ijop.12209>
- Kerr, S. P., Kerr, W. R., & Xu, T. (2017). Personality Traits of Entrepreneurs: A Review of Recent Literature. *National Bureau of Economic Research*.
- Liang, C., Ip, C. Y., Wu, S. C., Law, K. M. Y., Wang, J. H., Peng, L. P., & Liu, H. C. (2019). Personality traits, social capital, and entrepreneurial creativity: comparing green socioentrepreneurial intentions across Taiwan and Hong Kong. *Studies in Higher Education*, 44(6), 1086–1102. <https://doi.org/10.1080/03075079.2017.1418310>
- Nuringsih, K., & Puspitowati, I. (2017). Determinants of eco entrepreneurial intention among students: Study in the entrepreneurial education practices. *Advanced Science Letters*, 23(8), 7281–7284. <https://doi.org/10.1166/asl.2017.9351>
- Nuringsih, K., & Puspitowati, I. (2018). Determinants of Eco Entrepreneurial Intention Among Students: Study In The Entrepreneurial Education Practices. In *Article in Journal of Computational and Theoretical Nanoscience*. <https://www.researchgate.net/publication/324797753>
- Peng, H., Li, B., Zhou, C., & Sadowski, M. (2021). How does the appeal of environmental values influence sustainable entrepreneurial intention? *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(3), 1–25. <https://doi.org/10.3390/ijerph18031070>
- Qazi, W., Qureshi, J. A., Raza, S. A., Khan, K. A., & Qureshi, M. A. (2020).

- Impact of personality traits and university green entrepreneurial support on students' green entrepreneurial intentions: the moderating role of environmental values. *Journal of Applied Research in Higher Education*.
<https://doi.org/10.1108/JARHE-05-2020-0130>
- Soomro, B. A., Ghumro, I. A., & Shah, N. (2020). Green entrepreneurship inclination among the younger generation: An avenue towards a green economy. *Sustainable Development*, 28(4), 585–594.
<https://doi.org/10.1002/sd.2010>
- Sudyasjayanti, C. (2017). The Green Behavior Differences of Green Entrepreneur Intentions among Male and Female Students. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(12).
<https://doi.org/10.6007/ijarbss/v7-i12/3768>
- Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).
- Tan, K. L., Suhaida, S., & Leong, Y. P. (2013). Self-efficacy and green entrepreneurship. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/16/1/012119>
- Viloria-Núñez, C., Tovar, M., & Millán, A. C. (2023). Digital archetypes: a tool for understanding personality characteristics in the digital culture. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1).
<https://doi.org/10.1057/s41599-023-02327-0>
- Yi, G. (2020). From green entrepreneurial intentions to green entrepreneurial behaviors: the role of university entrepreneurial support and external institutional support. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2.
<https://doi.org/10.1007/s11365-020-00649-y>