

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pernyataan.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	xix
Abstrak	xxi
<i>Abstract</i>	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Pertanyaan Penelitian	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
1.6. Lingkup Penelitian	6
1.7. Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Niat Menjadi Pengusaha	8
2.1.2. Religiusitas dan Kewirausahaan	12

2.1.3. Teori Terkait Niat dan Perilaku.....	16
2.2. Pengembangan Model Penelitian.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1. Pendekatan Penelitian	24
3.2. Identifikasi Variabel.....	24
3.3. Definisi Operasional	24
3.4. Jenis dan Sumber Data	26
3.5. Instrumen Penelitian	27
3.6. Populasi dan Sampel	28
3.7. Teknik Analisis Data.....	29
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1. Karakteristik Responden	31
4.2. Analisis Deskriptif Penelitian	40
4.2.1. Variabel <i>Religiosity</i>	40
4.2.2. Variabel <i>Perceived Desirability</i>	42
4.2.3. Variabel <i>Perceived Feasibility</i>	44
4.2.4. Variabel <i>Propensity to Act</i>	46
4.2.5. Variabel <i>Entrepreneurial Intention</i>	48
4.3. Analisis Verifikatif.....	50
4.3.1. Evaluasi <i>Outer Model</i>	51
4.3.1.1. <i>Convergent Validity</i> dan <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	51
4.3.1.2. <i>Discriminant Validity</i>	95

4.3.1.3. <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	121
4.3.2. Evaluasi <i>Inner Model</i>	132
4.3.3. Uji Hipotesis	150
4.4. Pembahasan.....	211
BAB V PENUTUP.....	217
5.1. Kesimpulan	217
5.2. Implikasi.....	218
5.3. Keterbatasan.....	219
5.4. Saran.....	219
DAFTAR PUSTAKA	221