

Dukungan Sosial dan Motivasi Berwirausaha pada Generasi Z: Uji Korelasional dalam Perspektif Self-Determination Theory

Kharisna Indi Pratiwi^{1*}

¹ Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Malang, Indonesia,
220401110112@student.uin-malang.ac.id

Alifah Fatya Ahmad²

² Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Malang, Indonesia,
22040110115@student.uin-malang.ac.id

Nishwa Qonita³

³ Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Malang, Indonesia,
220401110128@student.uin-malang.ac.id

Dinda Tiana Azzahra⁴

⁴ Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Malang, Indonesia,
220401110135@student.uin-malang.ac.id

Nurin Amalia Hamid⁵

⁵ UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Nurinamaliah@uinkhas.ac.id

***E-mail:** 220401110112@student.uin-malang.ac.id

Abstract

This study aims to examine the relationship between perceived social support and entrepreneurial motivation in Generation Z. The study used a quantitative correlational design with a purposive sampling technique, involving 72 Generation Z respondents aged 18–28 years who had entrepreneurial experience. Social support was measured using a modified version of the Multidimensional Scale of Perceived Social Support (MSPSS) with 12 items ($\alpha = 0.932$) (Zimet et al., 1988), while entrepreneurial motivation was measured using a scale with 8 items based on entrepreneurial motivation indicators ($\alpha = 0.907$). The assumption test showed a normally distributed residual (Kolmogorov–Smirnov $p = 0.200$), so it was continued with Pearson correlation analysis. The results showed a strong positive relationship between social support and entrepreneurial motivation ($r = 0.710$; $p < 0.001$; 95% CI [0.57, 0.81]). These findings indicate that the higher the perceived social support, the higher Generation Z's motivation to become entrepreneurs. Implications for the development of entrepreneurship programs and research limitations are discussed.

Keywords: Social Support; Entrepreneurial Motivation; Generation Z; MSPSS; Entrepreneurship.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menguji hubungan antara dukungan sosial yang dipersepsikan dan motivasi berwirausaha pada Generasi Z. Penelitian menggunakan desain kuantitatif korelasional dengan teknik purposive sampling, melibatkan 72 responden Generasi Z berusia 18–28 tahun yang memiliki pengalaman berwirausaha. Dukungan sosial diukur menggunakan Multidimensional Scale of Perceived Social Support (MSPSS) versi modifikasi 12 item ($\alpha = 0,932$) (Zimet et al., 1988), sedangkan motivasi berwirausaha diukur menggunakan skala dengan 8 item berbasis

Dukungan Sosial dan Motivasi Berwirausaha pada Generasi Z: Uji Korelasional dalam Perspektif Self-Determination Theory: Kharisna Indi Pratiwi, Alifah Fatya Ahmad, Nishwa Qonita, Dinda Tiana Azzahra: Volume 2, No. 1 2026

indikator motivasi berwirausaha ($\alpha = 0,907$). Uji asumsi menunjukkan residual berdistribusi normal (Kolmogorov–Smirnov $p = 0,200$), sehingga analisis dilanjutkan dengan korelasi Pearson. Hasil menunjukkan hubungan positif yang kuat antara dukungan sosial dan motivasi berwirausaha ($r = 0,710$; $p < 0,001$; 95% CI [0,57, 0,81]). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi dukungan sosial yang dirasakan, semakin tinggi motivasi Generasi Z untuk berwirausaha. Implikasi bagi pengembangan program kewirausahaan serta keterbatasan penelitian dibahas.

Kata kunci: Dukungan Sosial; Motivasi Berwirausaha; Generasi Z; MSPSS; Kewirausahaan.

1. INTRODUCTION

Generasi Z umumnya didefinisikan sebagai kohort yang lahir mulai tahun 1997 dan seterusnya (Dimock, 2019). Pada fase dewasa awal, keputusan untuk memulai dan mempertahankan aktivitas wirausaha dipengaruhi oleh kombinasi faktor individual seperti kebutuhan akan otonomi, kompetensi, dan makna kerja serta faktor kontekstual seperti dukungan sosial dan jaringan (Ryan & Deci, 2017).

Dukungan sosial merujuk pada bantuan emosional, informasional, maupun instrumental yang diperoleh individu dari jejaring sosialnya (House, 1981). Dalam perspektif buffering hypothesis, dukungan sosial berfungsi sebagai pelindung terhadap dampak stres serta memperkuat kapasitas coping individu dalam menghadapi ketidakpastian (Cohen & Wills, 1985). Pengukuran dukungan sosial yang dipersepsikan secara luas menggunakan MSPSS yang mengkaji sumber dukungan dari keluarga, teman, dan significant others (Zimet et al., 1988), serta telah tervalidasi dalam konteks Indonesia.

Motivasi merupakan konstruk psikologis yang berperan sebagai pendorong perilaku individu, termasuk dalam konteks kinerja dan burnout ((Cholili, 2021); (Nurhidayat, 2023)). Dalam konteks kewirausahaan, motivasi berwirausaha mencerminkan dorongan internal maupun eksternal yang memengaruhi individu dalam memulai dan mempertahankan aktivitas usaha. Perspektif Self-Determination Theory menekankan bahwa kualitas motivasi akan optimal ketika kebutuhan psikologis dasar khususnya relatedness dan competence terpenuhi ((Deci & Ryan, 2000); (Ryan & Deci, 2017)). Dengan demikian, dukungan sosial secara teoretis berperan sebagai konteks yang memfasilitasi regulasi diri dan meningkatkan kualitas motivasi melalui rasa keterhubungan, validasi sosial, serta dukungan praktis.

Sejumlah studi empiris menunjukkan bahwa dukungan sosial dan jaringan sosial berkontribusi terhadap intensi dan keberlanjutan kewirausahaan, baik pada mahasiswa maupun wirausahawan muda ((Neneh, 2020); (Si et al., 2022)). Di Indonesia, dukungan sosial dilaporkan berkorelasi positif dengan intensi berwirausaha (Munandar et al., 2023) serta berperan melalui mediator psikologis seperti entrepreneurial passion (Lestari, 2022). Namun demikian, sebagian besar penelitian masih berfokus pada intensi berwirausaha (entrepreneurial intention), bukan pada motivasi berwirausaha aktual (entrepreneurial motivation) yang lebih dekat dengan perilaku nyata. Selain itu, studi yang ada umumnya menggunakan sampel mahasiswa secara umum, tanpa membedakan karakteristik generasi secara spesifik.

Lebih lanjut, terdapat keterbatasan konseptual dan empiris dalam literatur saat ini. Pertama, hubungan antara dukungan sosial dan motivasi berwirausaha masih jarang diuji secara langsung, terutama pada individu yang telah memiliki pengalaman berwirausaha. Kedua, penelitian sebelumnya cenderung mengabaikan konteks generasional, padahal karakteristik psikologis Generasi Z seperti orientasi pada makna kerja, kebutuhan fleksibilitas, serta ketergantungan pada jejaring digital dapat memengaruhi cara mereka memaknai dukungan sosial dan memotivasi diri dalam berwirausaha. Ketiga, belum banyak studi yang mengintegrasikan perspektif motivasi

berbasis Self-Determination Theory dengan konteks kewirausahaan pada Generasi Z secara spesifik.

Urgensi fokus pada Generasi Z menjadi penting karena kelompok ini merupakan generasi yang tumbuh dalam ekosistem digital, memiliki kecenderungan *boundaryless career*, serta lebih mengandalkan jejaring sosial (baik offline maupun online) sebagai sumber dukungan psikologis dan profesional. Karakteristik ini berpotensi mengubah dinamika hubungan antara dukungan sosial dan motivasi berwirausaha dibandingkan generasi sebelumnya. Oleh karena itu, pemahaman yang lebih spesifik mengenai mekanisme psikologis pada Generasi Z menjadi krusial, baik untuk pengembangan teori maupun intervensi praktis.

Berdasarkan celah penelitian tersebut, studi ini bertujuan untuk menguji hubungan antara dukungan sosial dan motivasi berwirausaha pada Generasi Z yang telah memiliki pengalaman berwirausaha. Kontribusi penelitian ini terletak pada tiga aspek utama, yaitu: (1) memperluas literatur dengan menguji hubungan langsung antara dukungan sosial dan motivasi berwirausaha (bukan hanya intensi), (2) memberikan perspektif generasional dengan memfokuskan pada karakteristik unik Generasi Z, serta (3) mengintegrasikan kerangka Self-Determination Theory dalam menjelaskan mekanisme psikologis yang mendasari hubungan tersebut. Hipotesis penelitian ini adalah terdapat hubungan positif yang signifikan antara dukungan sosial dan motivasi berwirausaha pada Generasi Z.

2. METHODS

Desain penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional dengan rancangan potong lintang (*cross-sectional*).

Partisipan. Subjek penelitian berjumlah 72 responden Generasi Z dengan rentang usia 18–28 tahun dan memiliki pengalaman berwirausaha. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sesuai kriteria tersebut.

Instrumen. (1) Dukungan sosial diukur menggunakan MSPSS versi modifikasi yang terdiri atas 12 item dengan empat pilihan respons (Sangat Tidak Sesuai–Sangat Sesuai) (Zimet et al., 1988). (2) Motivasi berwirausaha diukur menggunakan skala 8 item dengan empat pilihan respons (Sangat Tidak Setuju–Sangat Setuju). Skor total yang lebih tinggi menunjukkan persepsi dukungan sosial dan motivasi berwirausaha yang lebih tinggi.

Analisis data. Uji validitas item dilakukan menggunakan korelasi item-total (*r*-hitung) dengan *r*-tabel = 0,308 ($N = 72$; $\alpha = 0,05$). Reliabilitas internal diestimasi menggunakan Cronbach's alpha; acuan reliabilitas minimal $\alpha \geq 0,70$ mengikuti rekomendasi psikometri klasik (Nunnally & Bernstein, 1994). Asumsi normalitas residual diuji dengan One-Sample Kolmogorov–Smirnov. Hubungan antarvariabel diuji menggunakan korelasi Pearson Product Moment dengan taraf signifikansi 0,05.

3. RESULTS

Uji validitas menunjukkan seluruh item pada skala dukungan sosial (12 item) memiliki korelasi item-total di atas *r*-tabel (rentang *r*-hitung = 0,521–0,793), dan seluruh item pada skala motivasi berwirausaha (8 item) juga valid (rentang *r*-hitung = 0,643–0,796).

Uji reliabilitas menunjukkan konsistensi internal yang sangat baik untuk skala dukungan sosial ($\alpha = 0,932$) dan skala motivasi berwirausaha ($\alpha = 0,907$).

Uji normalitas residual Kolmogorov–Smirnov menunjukkan $p = 0,200 (> 0,05)$, sehingga asumsi normalitas terpenuhi.

Analisis korelasi Pearson menunjukkan hubungan positif yang kuat antara dukungan sosial dan motivasi berwirausaha ($r = 0,710; p < 0,001; N = 72$). Nilai $r^2 = 0,504$ mengindikasikan sekitar 50% variansi bersama antara kedua konstruk (tanpa implikasi kausal).

Tabel 1 Ringkasan Hasil

Ringkasan	Nilai	N	Keterangan
Normalitas residual (K–S)	$p = 0,200$	72	Normal ($p > 0,05$)
Reliabilitas dukungan sosial	$\alpha = 0,932$	72	Sangat baik
Reliabilitas motivasi berwirausaha	$\alpha = 0,907$	72	Sangat baik
Korelasi Pearson (X–Y)	$r = 0,710; p < 0,001$	72	Hubungan positif kuat

Source : SPSS

4. DISCUSSION

Penelitian ini menemukan hubungan positif yang kuat antara dukungan sosial yang dipersepsikan dan motivasi berwirausaha pada Generasi Z. Secara praktis, hasil ini mendukung temuan-temuan sebelumnya bahwa dukungan dari jejaring sosial berkaitan dengan orientasi dan keputusan kewirausahaan, baik pada konteks Indonesia maupun internasional ((Lestari, 2022); (Munandar et al., 2023); (Neneh, 2020); (Si et al., 2022)). Namun demikian, penelitian ini menghasilkan insight baru yang lebih spesifik, yaitu bahwa pada Generasi Z, dukungan sosial tidak hanya berfungsi sebagai sumber eksternal, tetapi juga sebagai psikologis enabler yang memperkuat kualitas motivasi intrinsik. Dalam kerangka Self-Determination Theory, dukungan sosial tampaknya tidak sekadar memenuhi kebutuhan relatedness, tetapi juga berkontribusi pada internalisasi nilai-nilai kewirausahaan sehingga mendorong pergeseran dari motivasi ekstrinsik menuju motivasi yang lebih otonom (autonomous motivation).

Temuan ini memperluas pemahaman bahwa dalam konteks Generasi Z yang sangat terkoneksi secara digital, dukungan sosial termasuk yang dimediasi teknologi dapat mempercepat proses internalisasi psikologis, bukan hanya memberikan dorongan eksternal. Dengan demikian, motivasi berwirausaha pada Generasi Z dapat dipahami sebagai hasil interaksi dinamis antara dukungan sosial dan kebutuhan psikologis dasar, bukan sekadar akibat pengaruh lingkungan sosial.

Dari perspektif Self-Determination Theory, konteks sosial yang suportif berpotensi memenuhi kebutuhan relatedness dan competence yang berhubungan dengan kualitas dan kekuatan motivasi ((Deci & Ryan, 2000); (Ryan & Deci, 2017)). Lebih lanjut, temuan ini mengindikasikan kemungkinan mekanisme yang lebih kompleks, yaitu bahwa dukungan sosial dapat berfungsi sebagai facilitator of need satisfaction yang secara tidak langsung meningkatkan motivasi melalui jalur mediasi kebutuhan psikologis dasar. Dukungan sosial juga dapat membantu regulasi emosi ketika individu menghadapi ketidakpastian usaha, sehingga ketekunan (persistence) dan orientasi belajar tetap terjaga (Cohen & Wills, 1985). Dengan kata lain, dukungan sosial bukan hanya prediktor langsung, tetapi juga berpotensi sebagai mekanisme psikologis tidak langsung dalam pembentukan motivasi berwirausaha.

Pada Generasi Z, dukungan sosial tidak selalu bersifat tatap muka. Dukungan yang difasilitasi media sosial dan komunitas daring dapat memperluas akses mentor, umpan balik pasar, dan dukungan emosional. Bukti empiris menunjukkan bahwa dukungan yang dirasakan dapat berperan dalam proses e-entrepreneurship dan niat kewirausahaan berbasis digital (Al Halbusi et al., 2023). Insight penting dari penelitian ini adalah bahwa bentuk dukungan sosial mengalami transformasi menjadi “hybrid social support” (offline–online), yang memungkinkan individu memperoleh validasi, pembelajaran, dan dukungan emosional secara simultan. Hal ini berpotensi membuat Generasi Z lebih adaptif dalam membangun motivasi kewirausahaan dibanding generasi sebelumnya. Selain itu, dukungan sosial dalam tim usaha juga berkaitan dengan komitmen terhadap tujuan usaha ((Chen & Klyver, 2023). Temuan-temuan lain juga menunjukkan bahwa dukungan sosial memiliki peran luas dalam berbagai domain psikologis seperti kecemasan akademik, resiliensi, prokrastinasi, kesiapan kerja, kepercayaan diri, burnout, dan pengambilan keputusan ((Putri, 2022); (Karimah, 2022); (Julianto, 2024); (Cholili, A. H., & Karimah, 2025); (Cholili & Karimah, 2025); (Nisa, 2023); (Purwanti, 2023); (Cahyani, 2024); (Fadela, 2025); (Abd Hamid Cholili et al., 2026)).

Berdasarkan temuan dan analisis, penelitian ini mengusulkan model konseptual yang lebih komprehensif: model yang diusulkan yaitu dukungan sosial → kebutuhan psikologis (Relatedness, competence, autonomy) → motivasi berwirausaha. Dengan pengembangan: Pertama, mediasi yakni *Basic Psychological Needs Satisfaction* dan *Self-efficacy* kewirausahaan. Kedua moderasi yakni jenis dukungan (emosional vs instrumental vs informasional) dan sumber dukungan (keluarga vs teman vs mentor vs komunitas digital). Ketiga konteks khusus Gen Z yakni intensitas penggunaan media sosial dan exposure terhadap role model digital. Model ini memperluas pendekatan korelasional menjadi model psikologis berbasis mekanisme (mechanism-based model) yang lebih kuat secara teoritis dan empiris.

Bagi perguruan tinggi dan penyelenggara program kewirausahaan, intervensi tidak hanya berfokus pada keterampilan teknis bisnis, tetapi juga pada penguatan ekosistem dukungan sosial: mentoring, komunitas peer entrepreneur, keterlibatan keluarga, dan jejaring alumni/industri. Bagi individu Gen Z, strategi membangun dukungan sosial misalnya mencari mentor, bergabung dengan komunitas wirausaha, dan memperluas jaringan profesional dapat menjadi leverage untuk menjaga motivasi ketika menghadapi fase sulit dalam bisnis.

Meskipun ditemukan hubungan positif yang kuat, hasil penelitian ini perlu dikritisi secara metodologis dan konseptual. Pertama, hubungan yang ditemukan berpotensi dipengaruhi oleh common method bias, mengingat kedua variabel diukur menggunakan self-report dalam waktu yang sama. Hal ini dapat meningkatkan korelasi secara artifisial. Kedua, desain korelasional tidak memungkinkan peneliti untuk memastikan arah hubungan. Ada kemungkinan bahwa individu dengan motivasi berwirausaha tinggi justru lebih aktif membangun dan mempersepsikan dukungan sosial (reverse causality). Ketiga, dalam perspektif Self-Determination Theory, tidak semua bentuk dukungan sosial bersifat adaptif. Dukungan yang bersifat kontrol atau tekanan sosial justru dapat menurunkan otonomi dan berpotensi melemahkan motivasi intrinsik. Namun, penelitian ini belum membedakan kualitas dukungan tersebut. Dengan demikian, hubungan positif yang ditemukan perlu dipahami secara hati-hati sebagai hubungan yang bersifat kontekstual dan belum tentu universal.

5. CONCLUSION AND SUGGESTIONS

Studi ini menunjukkan bahwa dukungan sosial yang dirasakan sangat terkait dengan motivasi kewirausahaan di kalangan Generasi Z, menyoroti peran penting konteks sosial dalam mempertahankan keterlibatan kewirausahaan. Temuan ini memperluas Teori Penentuan Diri dengan menekankan pentingnya keterkaitan dalam lingkungan kewirausahaan. Secara praktis, studi ini menggarisbawahi perlunya sistem dukungan terstruktur, termasuk pendampingan dan jaringan rekan sebaya, untuk menumbuhkan motivasi kewirausahaan yang berkelanjutan. Penelitian selanjutnya harus mengeksplorasi mekanisme kausal dan menguji model yang lebih kompleks yang melibatkan variabel mediasi dan moderasi.

6. Acknowledgments (if any)

"Tidak ada"

- REFERENCES

- Abd Hamid Cholili, A. F. A., Fajria, N. D. Z., & Basith, A. (n.d.). *Family support in career decision making in students*.
- Al Halbusi, H., Santoro, G., Vij, S., & Vrontis, D. (2023). Social media use and e-entrepreneurial intention: The roles of perceived social support and self-efficacy. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 19, 1–29. <https://doi.org/10.1007/s11365-023-00866-1>
- Cahyani, D. N. (2024). *Pengaruh body image dan dukungan sosial terhadap kepercayaan diri pada siswa MTs Islamiyah Pakis* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Chen, Y., & Klyver, K. (2023). Keeping a keen edge: Social support among new venture team members and venture goal commitment. *Journal of Small Business Management*, 61(4), 2038–2070. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1883040>
- Cholili, A. H. (2021). Achievement motivation training (AMT) for burnout. *Kesans: International Journal of Health and Sciences*, 1(3), 171–182.
- Cholili, A. H., & Karimah, P. M. (2025, February). Self-esteem and social support on resilience female prisoners. In *Proceedings Conference on Psychology and Flourishing Humanity* (Vol. 1, No. 1, pp. 63–72). Faculty of Psychology, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Cohen, S., & Wills, T. A. (1985). Stress, social support, and the buffering hypothesis. *Psychological Bulletin*, 98(2), 310–357. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.98.2.310>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The “what” and “why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01
- Dimock, M. (2019, January 17). Where millennials end and generation Z begins. *Pew Research Center*. <https://www.pewresearch.org>
- Fadela, L. N. (2025). *Pengaruh self control dan dukungan sosial terhadap academic burnout pada mahasiswa program studi pendidikan dokter angkatan 2023 UIN Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- House, J. S. (1981). *Work stress and social support*. Addison-Wesley.

- Julianto, T. F. A. P. (2024). *Pengaruh dukungan sosial terhadap resiliensi korban kejahatan penipuan online* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Karimah, P. M. (2022). *Pengaruh harga diri dan dukungan sosial terhadap resiliensi pada warga binaan pemasyarakatan perempuan di Lapas Kelas I Madiun* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Lestari, E. D. (2022). Effect of social support on Indonesian students' entrepreneurial intention formation with entrepreneurial passion as mediating variable. *Journal of Business and Social Review in Emerging Economies*, 8(3). <https://doi.org/10.26710/jbsee.v8i3.2341>
- Munandar, H., Herman, H., & Guntoro, D. W. (2023). Hubungan antara dukungan sosial dengan intensi berwirausaha pada mahasiswa. *Neraca: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(1), 55–59. <https://doi.org/10.33084/neraca.v9i1.6022>
- Neneh, B. N. (2020). Entrepreneurial passion and entrepreneurial intention: The role of social support and entrepreneurial self-efficacy. *Studies in Higher Education*, 45(3), 587–603. <https://doi.org/10.1080/03075079.2020.1770716>
- Nisa, D. S. (2023). *Pengaruh self-efficacy dan dukungan sosial terhadap prokrastinasi pengerjaan skripsi mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi angkatan 2018 UIN Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Nurhidayat, N. I. (2023). *Pengaruh budaya organisasi dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan di PT Kusuma Agrowisata pasca pandemi COVID-19* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Purwanti, Y. (2023). *Pengaruh self-efficacy dan social support terhadap kesiapan kerja siswa kelas XII SMK Negeri 1 Wanareja* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Putri, R. A. (2022). *Pengaruh peer social support dan strategi koping terhadap kecemasan akademik menjelang ujian kelulusan pada santriwati PPP Salafiyah Bangil* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2017). *Self-determination theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness*. Guilford Press.
- Si, W., Yan, Q., Wang, W., Meng, L., & Zhang, M. (2022). Research on the influence of non-cognitive ability and social support perception on college students' entrepreneurial intention. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(19), 11981. <https://doi.org/10.3390/ijerph191911981>
- Zimet, G. D., Dahlem, N. W., Zimet, S. G., & Farley, G. K. (1988). The multidimensional scale of perceived social support. *Journal of Personality Assessment*, 52(1), 30–41. https://doi.org/10.1207/s15327752jpa5201_2