

**HUBUNGAN ANTAR *PERSONALITY, CREATIVITY, DAN
ENTREPRENEURIAL INTEREST: FAMILY SUPPORT DAN SOCIAL
CAPITAL* SEBAGAI MODERATOR**

TESIS

**Disusun Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Magister Manajemen
Di Program Pascasarjana
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta**



Disusun oleh:

MARIANO FIRMANSYAH

222000699

**PASCASARJANA
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

HUBUNGAN ANTAR PERSONALITY, CREATIVITY, DAN ENTREPRENEURIAL INTEREST: FAMILY SUPPORT DAN SOCIAL CAPITAL SEBAGAI MODERATOR

dipersiapkan dan disusun oleh:

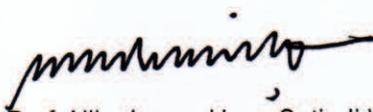
Mariano Firmansyah

Nomor Mahasiswa: 222000699

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal: 20 Juli 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Magister Manajemen (M.M.) di bidang Manajemen

SUSUNAN TIM PENGUJI

Pembimbing



Prof. Nikodemus Hans Setiadi Wijaya, M.Si, Ph.D.

Ketua Penguji



Prof. Dr. Baldrice Siregar, M.B.A., C.M.A., Ak., CA.

Anggota Penguji

Dr. Miswanto, M.Si.

Yogyakarta, 20 Juli 2022
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN
Ketua,



Dr. Wisnu Prajogo, MBA.

HUBUNGAN ANTAR *PERSONALITY, CREATIVITY, DAN ENTREPRENEURIAL INTEREST: FAMILY SUPPORT DAN SOCIAL CAPITAL* SEBAGAI MODERATOR

Mariano Firmansyah*)¹ dan Nikodemus Hans Setiadi Wijaya*)²

E-mail: marianofirmansyah@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini menyelidiki hubungan antara kepribadian, kreativitas dan minat berwirausaha, dengan melihat sejauh mana dukungan keluarga dan modal sosial memoderasi hubungan tersebut. Teori komponen kreativitas dan inovasi digunakan untuk membangun hipotesis penelitian. Dua ratus tujuh puluh tiga (273) responden mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan diploma (1-4), strata 1 dan strata 2 di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dianalisis guna membuktikan hipotesis. Hasil menunjukkan bahwa kepribadian proaktif dan kreatif berpengaruh positif terhadap kreativitas, selanjutnya kreativitas berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Kreativitas juga memainkan peran mediasi parsial dalam hubungan kepribadian dan minat berwirausaha. Dukungan keluarga dan modal sosial tidak merupakan moderator untuk hubungan kreativitas dan minat berwirausaha. Selanjutnya, Faktor demografi, keterbatasan serta saran dibahas.

Kata Kunci: Kepribadian, Kreativitas, Minat Berwirausaha, Dukungan Keluarga, Modal Sosial.

ABSTRACT

This research investigates the relationship between personality, creativity and entrepreneurship interest by looking at the extent to which family support and social capital moderate the relationship. The theory of the components of creativity and innovation is used to build research hypothesis. The respondents are two hundred and seventy three (273) students who are currently pursuing diploma education (1-4), bachelor degree and master degree in special region of Yogyakarta analyzed to prove the hypothesis. The results show that the personality is proactive and creative have a positive effect positive effect on creativity, then creativity has a positive effect on entrepreneurship interest. Creativity also has a partial mediating role in the relationship between personality and entrepreneurship interest. Family support and social capital are not moderators for the relationship between creativity and entrepreneurship interest. Then, demographic factors, limitations and suggestions are discussed.

Keywords: *Personality, Creativity, Interest in Entrepreneurship, Family Support, Social Capital*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Kesempatan kerja yang terbatas merupakan masalah serius yang perlu segera diatasi. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah orang yang terdaftar sebagai pengangguran di Indonesia per Agustus 2021 adalah 21,32 juta. Pengangguran yang dimaksud adalah pengangguran total tanpa pekerjaan (Badan Pusat Statistik.,2021). Beberapa di antaranya antara lain penurunan lapangan kerja disebabkan oleh pandemi COVID-19 yang mengakibatkan persaingan ketat antar pencari kerja, pada akhirnya menyebabkan banyak pengangguran. Faktor penghambat penyerapan tenaga kerja juga terkait banyaknya pencari kerja bergelar sarjana menjadi salah satu faktor penyebab tingginya angka pengangguran (Mahanani dan Sari 2018).

Kewirausahaan dikonfirmasi dapat membuka lapangan pekerjaan, serta dalam jangka panjang dapat menghasilkan stabilitas ekonomi secara menyeluruh sebagai dampak dari pertumbuhan usaha diberbagai sektor (Putri, 2018). Lulusan perguruan tinggi perlu dibekali dan didorong agar punya niat berwirausaha, atau untuk mengembangkan inovasi baru pada bisnis yang sudah ada. Ada beberapa pilihan yang dilakukan oleh generasi pencari kerja (*job seeker*), antara lain penerapan ilmu yang didapat dalam perkuliahan, baik ilmu pengetahuan, teknologi maupun pengembangan bisnis (Gracia, 2020). Kewirausahaan tidak hanya menawarkan peluang baru untuk pertumbuhan ekonomi tetapi juga memberi pengusaha kesempatan untuk berinovasi dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi serta sosial (Kusmintarti et al. 2017). Tantangan terbesar

ketenagakerjaan bukan hanya menyediakan lapangan kerja, akan tetapi mampu menciptakan lapangan pekerjaan (Delle dan Amadu, 2015).

Sebagai dasar pembentukan niat bisnis dipicu oleh karakteristik psikologis dan kepribadian seseorang. Secara umum kepribadian merupakan suatu pola watak yang relatif permanen, dan sebuah karakter unik yang memberikan konsistensi bagi perilaku seseorang. Kepribadian proaktif mengacu pada sifat ke arah pengambilan inisiatif untuk melakukan perubahan yang konstruktif dan untuk mempengaruhi lingkungan. Kepribadian proaktif seperti itu meningkatkan kreativitas (Rahman et al. 2015).

Para ahli kreativitas sepakat bahwa ada dua pandangan dikotomi kreativitas, yang dikembangkan dari definisi kreativitas menurut Runco “Kreativitas adalah kapasitas untuk mengembangkan ide, perilaku, atau produk yang baru dan berguna, dan cenderung dilihat sebagai kapasitas kompleks yang mengandung campuran variabel individu, situasional, dan budaya”, yaitu kognitif dan non kognitif (afektif, kepribadian, sosial, konatif, ekonomi). Penelitian ini dikembangkan untuk mendefinisikan kreativitas menggunakan prespektif kepribadian (*personality*) (Phares., 1986; Ranco., 2014; Susanto et al., 2016).

Kreativitas didefinisikan sebagai perilaku individu yang menghasilkan ide-ide baru bahkan luar biasa dan menjadi solusi untuk masalah yang ada, menangkap peluang, dan mengambil risiko untuk menunjukkan keseriusan seseorang dalam bekerja (Nisula et al.2017). Hambatan yang kompleks dalam proses kreativitas akan menjadi kendala seseorang untuk bertindak kreatif. Kendala tersebut

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

merupakan upaya menentang realitas atau menerima apa adanya. Misalnya individu dihantui oleh masa lalu yang dilewatinya, terobsesi dengan kebiasaan lama yang menyebabkan individu susah untuk keluar memulai sesuatu yang baru. Kendala yang sangat sering ditemui, orang tersebut tidak berani memberikan inspirasi atau komentar, dalam hal ini individu tidak percaya diri untuk mengemukakan pikirannya (Melinda, 2021). Kreativitas merupakan langkah awal dalam proses perilaku inovatif yang diperlukan untuk menghasilkan ide-ide baru (De Jong & Den Hartog, 2019). Kreativitas menjadi prediktor penting dalam meningkatkan niat berwirausaha (Kusmintarti et al, 2017; Shobaki et al. 2018). Untuk itu perlu menyelenggarakan berbagai kegiatan yang menghasilkan ide-ide kreatif, agar terus memiliki hasil usaha yang baik dan memiliki keunggulan tersendiri.

Studi ini memberikan kontribusi untuk literatur kewirausahaan dalam tiga hal. Pertama, penelitian ini memperluas hubungan antara kepribadian, kreativitas dan niat berwirausaha dengan mempelajari proses mediasi. Sementara studi terkait telah berfokus pada pengujian efek langsung kepribadian dan minat berwirausaha (Jamaluddin, 2019; Willison & Rodhiah, 2021). Penelitian ini meneliti mediasi pengaruh kreativitas terhadap minat berwirausaha dalam hubungan kepribadian proaktif dan kepribadian kreatif. Kedua, penelitian ini memberikan kontribusi dengan memberikan perspektif kontingensi. Meskipun banyak penelitian telah meneliti efek kepribadian dan kreativitas terhadap minat berwirausaha, mereka belum menyelidiki moderator dari hubungan ini. Studi ini meningkatkan pengetahuan tentang hubungan ini dengan menyelidiki peran moderasi *family*

support dan *social capita*. Ketiga, penelitian ini memperluas peran mengenai teori komposisi kreativitas dan inovasi (Amabile, 1983). Menurut Amabile (1983), kegiatan kreatif dan inovatif dipengaruhi oleh faktor komponen individu dan faktor komponen organisasi. Unsur-unsur komponen individu merupakan faktor pendorong (motivasi intrinsik), sedangkan faktor yang berasal dari lingkungan sosial merupakan faktor penarik (motivasi ekstrinsik) kreativitas (Amabile, 1998). Keberhasilan mahasiswa dalam melihat peluang usaha akan tercapai apabila ada motivasi yang kuat dimana motivasi ini dapat berasal dari dalam diri sendiri maupun dari orang lain.

MATERI DAN METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini populasi yang digunakan ialah seluruh mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta. Selanjutnya Sugiyono (2016) berpendapat bahwa sampel adalah bagian kecil dari populasi, dalam penelitian ini sampelnya seluruh mahasiswa di DIY diambil sebanyak 273 responden. *purposive samplin* digunakan dalam penelitian ini, *purposive sampling* merupakan cara mendapatkan sampel didasarkan pada beberapa pertimbangan berdasarkan kepentingan dan tujuan penelitian. Alasan menggunakan teknik *purposive sampling* agar mengambil sampel yang bisa mewakili sebanyak yang diinginkan berdasarkan beberapa pertimbangan. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini yaitu mahasiswa aktif yang sedang menempuh pendidikan: 1) Diploma (1-4) 2) Strata 1 3) Strata 2.

Pengaruh Kepribadian Proaktif Terhadap Kreativitas

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Perilaku kreatif harus didukung oleh keterampilan individu untuk melakukan kegiatan inovatif (Amabile, 1997). Semakin tinggi kompetensi (pengetahuan) seorang, semakin dia menyukai perilaku kreatif. Kompetensi dalam hal ini merupakan faktor kunci untuk mendukung perilaku kewirausahaan. Peribadi yang proaktif sebagai representasi dari keterampilan seseorang, sehingga individu yakin dapat dengan mudah untuk menjadi kreatif. Wijaya et al (2020) mengusulkan pentingnya motivasi intrinsik untuk kreativitas, yaitu secara intrinsik karyawan yang termotivasi akan lebih bersedia untuk terlibat dalam kegiatan kreatif. Kreativitas lebih terkait dengan mengembangkan metode baru daripada menggunakan proses standar. Pelajaran ini mendefinisikan kreativitas sebagai kemampuan untuk mengembangkan hal baru, sesuatu yang baru melibatkan penemuan dan pengembangan ide serta pendekatan baru terhadap masalah dan peluang (Kusmintarti et al, 2017). Seseorang yang proaktif cenderung dapat memunculkan ide-ide baru. Dapat dikatakan bahwa individu proaktif cenderung menghasilkan kreativitas Kim, et al (2010).

Penelitian Kim et al (2010) membuktikan bahwa keperibadian proaktif dan kreativitas memiliki hubungan yang positif. Temuan Sekar dan Firdausi (2020) memperkuat bukti bahwa peribadi yang proaktif memainkan peran penting terhadap kreativitas. Seseorang dengan kepribadian proaktif yang tinggi dilengkapi dengan kemampuan mempengaruhi lingkungan, maka peluang untuk menghasilkan kreativitas juga tinggi. Hal tersebut dikarenakan salah satu syarat kreativitas adalah munculnya ide-ide baru. Syarat tersebut relevan dengan kepribadian proaktif karena

seseorang dengan kepribadian ini mampu untuk menghasilkan ide-ide baru, menciptakan perubahan, dan memiliki visi yang berorientasi pada masa depan. Didasarkan pada uraian diatas, hipotesis yang dikembangkan:

H1: Kepribadian proaktif berpengaruh positif terhadap kreativitas

Pengaruh Kepribadian Kreatif Terhadap Kreativitas

Berdasarkan teori kreativitas Amabile (1997), kinerja inovasi dipengaruhi oleh perilaku kreatif dan input kreatif. Kompetensi adalah kemampuan untuk melakukan perilaku tertentu. Kompetensi dalam penelitian ini diukur dengan pengetahuan dan keahlian. Perilaku adalah kinerja pada tingkat individu (Bartram, 2005). Secara teoritis, semakin kompeten seseorang, semakin tinggi perilaku kreatif. Individu yang memiliki kompetensi tinggi, semakin mereka mendukung kegiatan kreatif.

Pribadi kreatif pada penelitian ini mewakili keadaan personal. Mahasiswa dengan kemampuan kreatif tinggi bisa mengatasi masalah dengan mengembangkan pendekatan baru. Kreativitas menentukan apakah seorang individu memiliki kekuatan untuk menunjukkan tingkat perilaku kreatif yang luar biasa. Apakah seorang individu dengan kemampuan yang diperlukan benar-benar dapat menghasilkan hasil kreatif akan tergantung pada sifat motivasi dan temperamen orang tersebut (Runco dan Jaeger, 2012). Wijaya (2019) mengemukakan secara intrinsik kreativitas didorong oleh atribut kepribadian, kepribadian cenderung memiliki sifat inisiatif yang kuat untuk menangkap peluang. Temuan Susanto et al (2018) memberikan penguatan atas asumsi bahwa kreativitas benar-benar dapat diukur melalui atribut psikologis yang

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

melekat pada diri individu. Oleh karena itu, studi ini dibangun di atas pengetahuan yang terakumulasi dalam studi sebelumnya dan literatur kreativitas, tetapi memberikan perhatian khusus pada peran keperibadian proaktif dalam mempengaruhi kreativitas.

H2: Kepribadian kreatif berpengaruh positif terhadap kreativitas

Pengaruh Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha

Kreativitas, yang mengacu pada pengembangan ide-ide baru dan berguna, terkait erat dengan inovasi dan umumnya dipelajari pada tingkat individu (Amabile, 1998). Selanjutnya interaksi antara individu dengan lingkungannya akan menghasilkan kreativitas (Li et al, 2022). Kreativitas adalah elemen kunci pada awal proses kewirausahaan, karena berkontribusi pada desain produk dan layanan baru (Heinonen et al., 2011; Gielnik et al., 2012). Li et al., (2022) berpendapat bahwa individu dengan persepsi kreativitas yang lebih tinggi lebih mungkin untuk membangun bisnis mereka sendiri. Selain itu, orang-orang kreatif memiliki lebih banyak kemungkinan untuk terlibat dalam kewirausahaan. Melihat studi penelitian sebelumnya, Zampetakis et al (2011) melaporkan hubungan positif yang kuat antara kreativitas dan niat kewirausahaan. Lebih lanjut Prayetno dan Marwan (2020) menemukan bahwa kreativitas berhubungan positif dengan intensi kewirausahaan.

H3: Kreativitas berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha.

Pengaruh Mediasi Kreativitas Dalam Hubungan Kepribadian Dan Minat Berwirausaha

Berdasarkan teori kreativitas, perilaku kreatif harus didukung oleh keterampilan individu

untuk melakukan kegiatan inovatif. Semakin tinggi kompetensi (pengetahuan) seorang, semakin dia menyukai perilaku kreatif. Kompetensi dalam hal ini merupakan faktor kunci untuk mendukung perilaku kewirausahaan (Amabile, 1997). Penelitian terbaru dari Li et al (2022) mengkonfirmasi bahwa kreativitas memainkan peran mediasi dalam hubungan antar ciri keperibadian dan minat berwirausaha mahasiswa. Sementara sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada peran kreativitas dalam memediasi proses pengetahuan dan kinerja perusahaan (Imran et al., 2018). Abdulaal dan Nordin (2020) menemukan bahwa kreativitas memediasi antara pengetahuan dan manajemen sumber daya manusia. kreativitas juga memainkan peran mediasi antara manajemen partisipatif dan kepuasan kerja guru (Zavvar et al,2021). Singkatnya, kreativitas telah memainkan peran mediasi penting dalam penelitian empiris sebelumnya. Temuan Prayetno dan Marwan (2020) memperkuat bukti bahwa kreativitas memainkan peran penting terhadap intensi kewirausahaan mahasiswa. Studi ini dibangun di atas pengetahuan yang terakumulasi dalam studi sebelumnya dan berfokus pada peran mediasi kreativitas dalam hubungan keperibadian dan minat berwirausaha.

H4: Kreativitas memediasi hubungan antara kepribadian dan minat berwirausaha

Pengaruh Moderasi Dari Dukungan Keluarga

Berdasarkan teori kreativitas Amabile (1997), perilaku kreatif dipengaruhi tidak hanya oleh kemampuan pribadi individu, tetapi juga oleh aktivitas lingkungan yang mendukung. Dukungan keluarga dalam penelitian ini

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

sebagai bentuk dukungan ekstrinsik, dalam hal ini merupakan salah satu faktor untuk mendukung perilaku kewirausahaan. Kreativitas merupakan aspek penting dari kewirausahaan karena memungkinkan menghasilkan ide-ide baru dan berguna. Kreativitas membantu wirausahawan mengidentifikasi peluang dan memunculkan gagasan unik juga inovatif. Oleh sebab itu, ini dianggap sebagai salah satu dari anteseden penting kewirausahaan dan niat berwirausaha (Kumar dan Shukla, 2022).

Edelman., et al (2016) menunjukkan bahwa dukungan keluarga berhubungan positif dengan ruang lingkup aktivitas kewirausahaan. Annisa., et al (2021) juga mengungkapkan dukungan keluarga memiliki hubungan yang kuat dengan intensi kewirausahaan. Dewi Karyaningsih (2017) menyimpulkan bahwa kreativitas berbeda antar individu, meskipun kreativitas pada hakekatnya merupakan kemampuan dan bakat individu yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan, namun pengetahuan dan lingkungan akan sangat mempengaruhi tingkat kreativitas individu tersebut.

H5: Dukungan keluarga memoderasi hubungan kreativitas dan minat berwirausaha

Pengaruh Moderasi Dari Modal Sosial

Konsep 'modal sosial' dipopulerkan pada awal tahun 1980-an, ketika Pierre Bourdieu mengkonseptualisasikannya dalam teori *domination as a social mechanism* berbasis sumber daya (Barbieri, 2003). Berfokus pada proses yang menciptakannya, yaitu melalui hubungan sosial di mana individu terlibat dalam proses sosialisasi. Hubungan saling pengertian dan mengakui yang mengintervensi

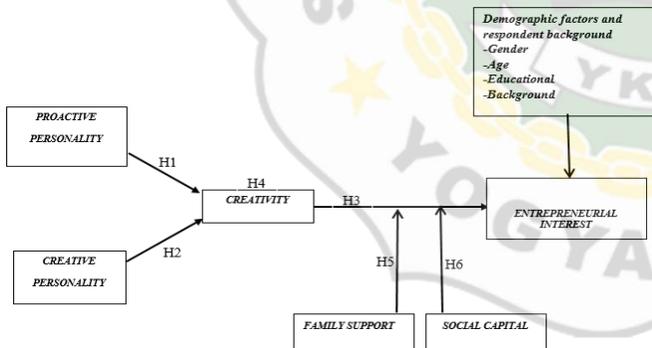
interaksi antara asal usul sosial individu dan jumlah modal sosial yang mereka miliki. Mekanisme ini menciptakan efek "konsolidasi", memperkuat pengaruh kelas dan latar belakang, sehingga meningkatkan kompleksitas sumber daya yang tersedia untuk semua orang (Bourdieu, 1980). Reputasi (reputasi "baik") selalu dianggap sebagai faktor penting dalam profesi bisnis (Barbieri, 2003). Terlebih lagi hari ini karena perkembangan ekonomi telah secara dramatis meningkatkan kewirausahaan dalam pekerjaan tradisional dan inovatif dengan konten keterampilan rendah atau tinggi, tetapi dengan dinamika interpersonal yang kuat, seperti halnya dengan banyak individu dan pada kasus layanan konsumen (Brüder dan Preisendörfer, 1998).

Berdasarkan teori kreativitas dan inovasi Amabile (1997), perilaku seseorang dipengaruhi oleh komposisi lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Pertama, seseorang melakukan kegiatan dipengaruhi oleh kompetensi (pengetahuan, keterampilan), kemauan (motivasi) dan karakteristik pribadi lainnya yang disebut keterampilan. Kedua, individu terlibat dalam kegiatan jika kesempatan untuk mendapatkan keuntungan lebih besar daripada sumber daya yang ditunjukkan. Dalam riset kewirausahaan, motivasi ekstrinsik mengacu pada "persepsi seseorang" terhadap orang lain, meliputi keluarga, kerabat serta kenalan, berkaitan menyetujui atau tidak keputusan untuk berwirausaha. Masuk akal untuk berpikir bahwa modal sosial memainkan peran yang menentukan dalam menyusun pekerjaan bagi mereka yang berbeda pengalaman (Barbieri, 2003).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Temuan Prasetyo dan Kistanti (2020) kompetensi modal sosial merupakan penentu utama dalam meningkatkan daya saing kewirausahaan. Lebih lanjut Khan (2020) dalam penelitiannya tentang *Women's entrepreneurship and social capital*: menemukan bahwa modal sosial perempuan memainkan peran penting dalam kelangsungan dan ekspansi bisnis mereka dengan memfasilitasi akses perdagangan di pasar dunia. Oleh karena itu, studi ini dibangun di atas pengetahuan yang terakumulasi dalam studi sebelumnya dan literatur modal sosial, tetapi memberikan perhatian khusus pada peran modal sosial dalam memoderasi hubungan kreativitas dan minat berwirausaha.

H6: Modal sosial memoderasi hubungan antar kreativitas dan minat berwirausaha

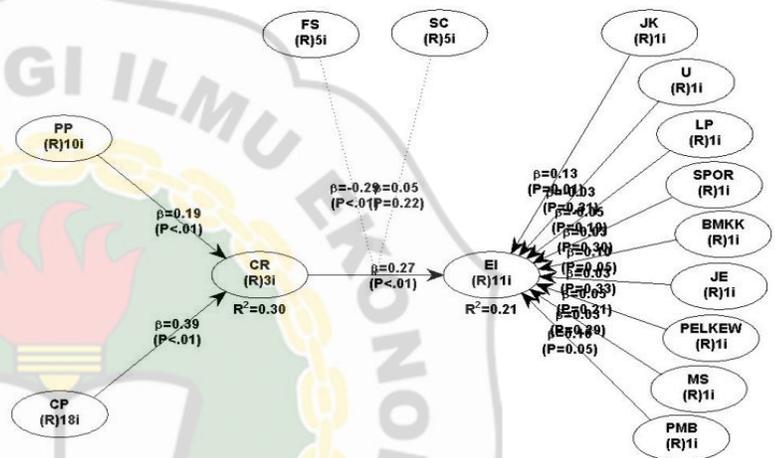


Gambar 1: Kerangka Penelitian

HASIL PENELITIAN

Dari peserta yang menanggapi, 51,6% adalah laki-laki, 60,4% mahasiswa strata 1, 65,6% di interval usia 20-<25 tahun, 60,4% salah satu (ayah atau ibu) adalah bekerja sebagai wirausahawan, 54,6% mahasiswa tidak pernah/saat ini belajar konten kewirausahaan, 63% responden bukan merupakan mahasiswa ekonomi/bisnis, 64,1% tidak pernah mengikuti

pelatihan kewirausahaan selama satu minggu atau lebih dalam 1 tahun terakhir, 67,4% tidak pernah menghadiri seminar kewirausahaan dalam 3 bulan terakhir, 60,1% responden belum pernah memulai bisnis. Gambar 2 merupakan hasil analisis menggunakan warpPLS.



Gambar:2 Hasil uji jalur warpPLS

PEMBAHASAN

pengujian variabel kontrol terhadap minat berwirausaha. Gender memiliki skor β 0,13 dan p-value sebesar $0,01 < 0,05$ dapat disimpulkan gender berpengaruh terhadap minat berwirausaha. Temuan ini sejalan dengan temuan (Tsai et al 2016; Díaz-García dan Jiménez-Moreno2010; Haus dkk.2013).

Dalam hal ini jenis kelamin juga memainkan peran penting terhadap intensi berwirausaha. Usia memiliki skor β -0,03 dan p-value $0,30 > 0,05$ artinya usia tidak memainkan peran penting terhadap intensi berwirausaha. Dapat kita simpulkan, intensi kewirausahaan tergantung pada individu dan tidak ada pengaruh dari segi usia. Level pendidikan (LP) memiliki skor β -0,05 dan p-value $0,18 > 0,05$ artinya level pendidikan tidak signifikan pada pembentukan intensi kewirausahaan. Status

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

pekerjaan orang tua (SPOR) tidak signifikan pada intensi kewirausahaan, dibuktikan dengan nilai β 0,03 dan p-value 0,30. Intensi kewirausahaan kembali pada diri siswa, dan latar belakang orang tua tidak memainkan peran yang signifikan dalam membentuk minat berwirausaha mahasiswa. Belajar memberikan konten kewirausahaan (BMKK) hasilnya signifikan, dibuktikan dengan β 0,09 dan p-value 0,05. Mahasiswa yang pada saat ini gemar belajar konten kewirausahaan signifikan pada minat berwirausaha. Dalam hal ini, knowledge ekonomi yang didapat mampu merangsang minat untuk berbisnis.

Jurusan ekonomi/bisnis (JE) tidak signifikan dengan minat kewirausahaan, di buktikan dengan β 0,02 dan p-value 0,33 > 0,05. Latar belakang pendidikan dalam hal ini tidak mempengaruhi keputusan untuk berwirausaha. Pelatihan kewirausahaan (PK) juga tidak signifikan mempengaruhi minat untuk berwirausaha, di buktikan dengan β 0,04 dan p-value 0,21 > 0,05. Pernah mengikuti seminar kewirausahaan (PS) tidak berdampak pada intensi kewirausahaan, dibuktikan dengan nilai β 0,03 dan p-value 0,28. Mahasiswa yang sebelumnya pernah memulai bisnis (PMB) hasilnya signifikan pada intensi kewirausahaan, dibuktikan dengan nilai β 0,10 dan p-value 0,04 > 0,05.

Pengaruh Kepribadian Proaktif Terhadap Kreativitas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepribadian proaktif berpengaruh positif terhadap kreativitas yang artinya H1 diterima. Keterangan ini dibuktikan dari hasil pengujian *path* menunjukkan nilai signifikansi < 01. Adapun pengaruh kepribadian proaktif terhadap kreativitas sebesar β 0,194 artinya bahwa jika

nilai derajat kepribadian proaktif naik satu (1) kali dan diikuti naiknya kreativitas sebesar 19,4 %. Dapat disimpulkan bahwa karakter aktif mampu menjadi salah satu faktor untuk meningkatkan kreativitas mahasiswa.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dari Kim et al (2010) dan Sekar et al (2020) yang menyatakan kepribadian proaktif berhubungan positif dengan kreativitas. Selain itu teori kreativitas Amabile (1997) telah menekankan pentingnya kepribadian proaktif dalam kreativitas. Hal tersebut dikarenakan salah satu syarat kreativitas adalah munculnya ide-ide baru. Syarat tersebut relevan dengan kepribadian proaktif karena mahasiswa dengan kepribadian ini mampu untuk menghasilkan ide-ide baru, menciptakan perubahan, dan memiliki visi yang berorientasi pada masa depan.

Pengaruh Kepribadian Kreatif Terhadap Kreativitas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepribadian kreatif berpengaruh positif terhadap kreativitas yang artinya H2 diterima. Keterangan ini dibuktikan dari hasil pengujian *path* menunjukkan nilai signifikansi < 01. Adapun pengaruh kepribadian kreatif terhadap kreativitas sebesar β 0,389 artinya bahwa jika nilai derajat kepribadian kreatif naik satu (1) kali dan diikuti naiknya kreativitas sebesar 38,9 %. Dapat disimpulkan bahwa pribadi kreatif mampu menjadi salah satu faktor untuk meningkatkan kreativitas mahasiswa.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dari Susanto et al (2018) bahwa kreativitas benar-benar dapat diukur melalui atribut psikologis yang melekat pada diri individu. Secara teoritis semakin kompeten seseorang maka semakin tinggi perilaku kreatif. Hal tersebut dikarenakan salah satu syarat

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

keaktivitas adalah berani bertindak tidak populer. Syarat tersebut relevan dengan kepribadian kreatif karena mahasiswa dengan kepribadian ini tidak puas mematuhi langkah-langkah mapan untuk diadopsi. Baik dalam hal pakayan, gaya hidup, atau dalam aspirasi yang mempengaruhi kepentingan peribadinya maupun masyarakat.

Pengaruh Kreativitas Terhadap Minat Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha yang artinya H3 diterima. Keterangan ini dibuktikan dari hasil pengujian *path* menunjukkan nilai signifikansi $< 0,01$. Adapun pengaruh kreativitas terhadap minat berwirausaha sebesar β 0,271 artinya bahwa jika nilai derajat kreativitas naik satu (1) kali dan diikuti naiknya minat berwirausaha sebesar 27,1 %. Dapat disimpulkan bahwa kreativitas mampu menjadi salah satu faktor untuk meningkatkan minat berwirausaha mahasiswa.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dari Kusmintarti et al (2017), Prayetno et al (2020), bahwa kreativitas merupakan atesenden penting dari minat berwirausaha. Penelitian ini membuktikan bahwa semakin tinggi kreativitas yang dimiliki mahasiswa maka akan semakin tinggi pula minat wirausaha mahasiswa tersebut. Kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide atau gagasan baru dalam memecahkan masalah dan juga melihat peluang. Seseorang dengan kreativitas yang tinggi akan mampu menciptakan ide-ide baru sehingga memberikan peluang yang besar bagi orang tersebut untuk menciptakan suatu usaha baru.

Pengaruh Mediasi Kreativitas Dalam Hubungan Kepribadian Dan Minat Berwirausaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas memediasi hubungan antar keperibadian dan minat berwirausaha yang artinya H4 diterima. Keterangan ini dibuktikan dari hasil pengujian *path* menunjukkan nilai signifikansi $P = 0,006$. Adapun pengaruh mediasi kreativitas sebesar β 0,158 artinya bahwa kreativitas mampu memediasi hubungan antar keperibadian dan minat berwirausaha sebesar 15,8 %. Namun, kreativitas dapat dianggap hanya sebagai mediator parsial dari hubungan ini, karena pengaruh kepribadian pada minat kewirausahaan tetap kuat dan signifikan secara statistik bahkan dengan adanya variabel mediasi.

Temuan ini mendukung argumen perilaku kreatif harus didukung oleh keterampilan individu untuk melakukan kegiatan inovatif. Semakin tinggi pengetahuan seseorang, semakin dia menyukai perilaku kreatif. Kopetensi dalam hal ini merupakan faktor kunci untuk mendukung perilaku kewirausahaan (Amabile 1997). Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan dari Li et al (2022) bahwa kreativitas memainkan peran mediasi dalam hubungan antar ciri kepribadian dan minat berwirausaha mahasiswa.

Pengaruh Moderasi Dukungan Keluarga

Hasil penelitian ini menerangkan bahwa hipotesis H5 yaitu dukungan keluarga mampu memperkuat pengaruh kreativitas terhadap minat berwirausaha tidak dapat diterima atau tidak terbukti. Dilihat dari nilai koefisien β -0,286 yang menunjukkan angka negatif dan nilai P -value $< 0,01$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dukungan keluarga tidak mampu memperkuat pengaruh kreativitas terhadap minat berwirausaha atau dengan kata lain dukungan keluarga tidak dapat dijadikan variabel pemoderasi antara kreativitas dan minat berwirausaha.

Dengan kata lain, lingkungan keluarga yang dilihat dari aktivitas keluarga, sikap dan perlakuan orang tua terhadap anaknya, dan status ekonomi bukan merupakan variabel moderator dalam hubungan antara pengaruh kreativitas terhadap pengambilan keputusan kewirausahaan. Penelitian ini tidak sejalan dengan pendapat Dewi Karyaningsih (2017) yang menyimpulkan bahwa kreativitas berbeda antar individu, meskipun kreativitas pada hakekatnya merupakan kemampuan dan bakat individu yang dapat dikembangkan dan ditingkatkan, namun pengetahuan dan lingkungan akan sangat mempengaruhi tingkat kreativitas individu tersebut. Akan tetapi temuan ini sejalan dengan penelitian Veibe (2019) menyimpulkan lingkungan keluarga tidak memperkuat hubungan kreativitas dan keputusan berwirausaha. Sebagaimana temuan sebelumnya dari Fu, et al (2010) mengungkapkan pada dasarnya, sifat kontrol dari pengaruh eksternal menggagalkan motivasi intrinsik, yang mengarah ke berkurangnya efek motivasi intrinsik.

Pengaruh Moderasi Modal Sosial

Hasil penelitian ini menerangkan bahwa hipotesis H6 yaitu modal sosial mampu memperkuat pengaruh kreativitas terhadap minat berwirausaha tidak dapat diterima atau tidak terbukti. Dilihat dari nilai koefisien β 0,047 dan nilai P-value $0,215 > 5\%$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa modal sosial tidak mampu memperkuat pengaruh

kreativitas terhadap minat berwirausaha atau dengan kata lain modal sosial tidak dapat dijadikan variabel pemoderasi antara kreativitas dan minat berwirausaha.

Kemungkinan masalah ini ada karena modal sosial tidak siap menerima pengukuran kuantitatif objektif (P. H. Kim et al., 2005). Dengan kata lain, mungkin sangat sulit untuk mengevaluasi “nilai” modal sosial. Satu masalah adalah bahwa modal sosial dapat memberikan kesempatan yang hanya dieksploitasi secara kondisional. Dari perspektif negatif, apa yang disebut Coleman (1988) sebagai penutupan jaringan dapat menghasilkan lingkungan di mana kebebasan individu untuk bertindak dibatasi karena penegakan norma-norma sosial yang kaku. Misalnya, (Kern, 1998; in Gedajlovic & Moore, 2013) mengaitkan ikatan yang kuat antara perusahaan Jerman dan pemasok mereka yang sudah mapan sebagai hambatan budaya yang dilembagakan untuk melakukan inovasi radikal karena perusahaan-perusahaan ini lambat untuk mengadopsi inovasi dari luar hubungan antar perusahaan yang ada. Akan tetapi temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dari Fu, et al (2010) mengungkapkan pada dasarnya, sifat kontrol dari pengaruh eksternal menggagalkan motivasi intrinsik, yang mengarah ke berkurangnya efek motivasi intrinsik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Temuan ini menunjukkan bahwa kepribadian proaktif berpengaruh positif terhadap kreativitas. Hal tersebut dikarenakan salah satu syarat kreativitas adalah munculnya

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ide-ide baru. Syarat tersebut relevan dengan kepribadian proaktif karena mahasiswa dengan kepribadian ini mampu untuk menghasilkan ide-ide baru, menciptakan perubahan, dan memiliki visi yang berorientasi pada masa depan.

2. Kepribadian kreatif berpengaruh positif terhadap kreativitas. Hal tersebut dikarenakan salah satu syarat kreativitas adalah berani bertindak tidak populer. Syarat tersebut relevan dengan kepribadian kreatif karena mahasiswa dengan kepribadian ini tidak puas mematuhi langkah-langkah mapan (praktik tradisional) untuk diadopsi. Baik dalam hal pakayan, gaya hidup, atau dalam aspirasi yang mempengaruhi kepentingannya dan masyarakat.
3. Kreativitas berpengaruh positif terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kreativitas seorang mahasiswa maka semakin tinggi pula minat mahasiswa tersebut untuk berwirausaha, seperti kemampuan untuk menciptakan ide atau memecahkan masalah dengan ide-ide yang dimiliki, sehingga kreativitas yang dimiliki memberikan peluang yang besar untuk menciptakan bisnis baru.
4. Kreativitas memediasi hubungan antar kepribadian dan minat berwirausaha. Namun, kreativitas dapat dianggap hanya sebagai mediator parsial dari hubungan ini, karena pengaruh kepribadian pada minat kewirausahaan tetap kuat dan signifikan secara statistik bahkan dengan adanya variabel mediasi. Temuan ini mendukung argumen perilaku kreatif harus didukung oleh keterampilan individu untuk melakukan kegiatan inovatif. Semakin

tinggi pengetahuan seseorang, semakin dia menyukai perilaku kreatif. Kompetensi dalam hal ini merupakan faktor kunci untuk mendukung perilaku kewirausahaan (Amabile, 1997).

5. Dukungan keluarga tidak memoderasi hubungan antar kreativitas dan minat berwirausaha. Dengan kata lain, lingkungan keluarga yang dilihat dari aktivitas keluarga, sikap dan perlakuan orang tua terhadap anaknya, dan status ekonomi bukan merupakan variabel moderator dalam hubungan antara pengaruh kreativitas terhadap pengambilan keputusan kewirausahaan
6. Modal sosial tidak memoderasi hubungan antar kreativitas dan minat berwirausaha. Dengan kata lain, mungkin sangat sulit untuk mengevaluasi nilai-nilai modal sosial. Satu masalah adalah bahwa modal sosial dapat memberikan kesempatan yang hanya dieksploitasi secara kondisional. Dari perspektif negatif, apa yang disebut Coleman sebagai penutupan jaringan dapat menghasilkan lingkungan di mana kebebasan individu untuk bertindak dibatasi karena penegakan norma-norma sosial yang kaku.

KETERBATASAN DAN SARAN

1. Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu persepsi tidak selalu menunjukkan kondisi sebenarnya, peneliti juga tidak bisa memastikan kesungguhan responden dalam mengisi setiap item pernyataan yang dibagikan sehingga tanggapan responden pengukurannya bisa jadi tidak tepat.
2. Sampel penelitian ini diambil di Yogyakarta, Penelitian di masa depan

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dapat memvalidasi temuan ini dengan mereplikasi studi yang sama untuk diterapkan pada provinsi/ negara lain. karena kegiatan kewirausahaan dapat bervariasi antara budaya yang berbeda Fernández-Serrano dan Romero (2014).

3. Selain dukungan keluarga dan modal sosial, penelitian masa depan dapat menyelidiki peran moderasi variabel lain. Misalnya, perbedaan latar belakang responden juga dapat diselidiki lebih lanjut dalam peran moderasi. Penelitian ini dan beberapa studi tentang minat berwirausaha telah menyelidiki efek gender (*Responden background*) (Tsai et al 2016; Díaz-García dan Jiménez-Moreno2010; Haus dkk.2013), akan tetapi berfokus pada pengaruh langsungnya daripada perannya sebagai moderator.
4. Mahasiswa perlu mengubah pola pikir mereka dari pencari kerja menjadi pencipta lapangan kerja. Kewirausahaan dikonfirmasi dapat membuka lapangan pekerjaan, serta dalam jangka panjang dapat menghasilkan stabilitas ekonomi secara menyeluruh sebagai dampak dari pertumbuhan usaha diberbagai sektor Putri (2018).
5. Mahasiswa harus belajar dan terlibat dalam perilaku proaktif, perilaku kreatif serta perilaku kreativitas agar dapat mengambil inisiatif seperti memulai bisnis sendiri atau menghasilkan ide bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

Amabile, T. M. (1983). The Social Psychology Of Creativity: A Componential Conceptualization. *Journal Of*

Personality And Social Psychology, 45(2), 357–376. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.45.2.357>

Amabile, T. M. (1997). Motivating Creativity In Organizations: On Doingwhat You Love And Lovingwhat You Do. *California Management Review*, 40(1), 39–58.

Amabile, T. M. (1998). Amabile-Teresa-A-Model-Of-Creativity-And-Innovation-In-Organizations.Pdf. *Research In Organizational Behavior*, Vol. 10, Pp. 123–167.

Annisa, D. N., Tentama, F., & Bashori, K. (2021). The Role Of Family Support And Internal Locus Of Control In Entrepreneurial Intention Of Vocational High School Students. *International Journal Of Evaluation And Research In Education*, 10(2), 381–388. <https://doi.org/10.11591/ijere.v10i2.20934>

Barbieri, P. (2003). Social Capital And Self-Employment: A Network Analysis Experiment And Several Considerations. *International Sociology*, 18(4), 681–701+739. <https://doi.org/10.1177/0268580903184003>

Bourdieu, P. (1980). Le Capital Social: Notes Provisoires', Actes De La Recherche En Sciences Sociales. *Idées Économiques Et Sociales*, (3), 63. <https://doi.org/10.3917/Idée.169.0063>

Brüder, J., & Preisendörfer, P. (1998). Costs Of Secondary Parasitism In The Facultative Hyperparasitoid *Pachycrepoideus Dubius*: Does Host Size Matter? *Entomologia Experimentalis Et Applicata*, 103(3), 239–248. <https://doi.org/10.1023/A>

Coleman, J. S. (1988). Social Capital In The Creation Of Human Capital. *Knowledge*

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- And Social Capital*, 94, 17–42.
<https://doi.org/10.1086/228943>
- De Jong, J., & Den Hartog, D. (2019). Measuring Innovative Work Behaviour. *Creativity And Innovation Management*, 19(1), 23–36.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2010.00547.x>
- Delle, E., & Amadu, I. M. (2015). Proactive Personality And Entrepreneurial Intention: Employment Status And Student Level As Moderators. *International Journal Of Small Business And Entrepreneurship Research*, 151(1), 10–17.
- Dewi Karyaningsih, R. P. (2017). Hubungan Kreativitas, Efikasi Diri Dan Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (Jpeb)*, 5(2), 162–175.
<https://doi.org/10.21009/jpeb.005.2.4>
- Edelman, L. F., Manolova, T., Shirokova, G., & Tsukanova, T. (2016). The Impact Of Family Support On Young Entrepreneurs' Start-Up Activities. *Journal Of Business Venturing*, 31(4), 428–448.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.04.003>
- Fernández-Serrano, J., & Romero, I. (2014). About The Interactive Influence Of Culture And Regulatory Barriers On Entrepreneurial Activity. *International Entrepreneurship And Management Journal*, 10(4), 781–802.
<https://doi.org/10.1007/s11365-014-0296-5>
- Fu, F. Q., Richards, K. A., Hughes, D. E., & Jones, E. (2010). Motivating Salespeople To Sell New Products: The Relative Influence Of Attitudes, Subjective Norms, And Self-Efficacy. *Journal Of Marketing*, 74(6), 61–76.
<https://doi.org/10.1509/jmkg.74.6.61>
- Gedajlovic, E., & Moore, C. B. (2013). *E T & P Entrepreneurship*: 1(778), 455–478.
<https://doi.org/10.1111/etap.12042>
- Gielnik, M. M., Frese, M., Graf, J. M., & Kampschulte, A. (2012). Creativity In The Opportunity Identification Process And The Moderating Effect Of Diversity Of Information. *Journal Of Business Venturing*, 27(5), 559–576.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2011.10.003>
- Gracia, M. (2020). Pengaruh Internal Locus Of Control Dan Entrepreneurial Self-Efficacy Pada Minat Berwirausaha. *Engineering, Construction And Architectural Management*, 25(1), 1–9. Retrieved From <http://dx.doi.org/10.1016/j.jss.2014.12.010>
<http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.03.034>
<https://www.iiste.org/Journals/Index.php/Jpid/Article/Viewfile/19288/19711>
<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.678.6911&rep=rep1&type=pdf>
- Heinonen, J., Hytti, U., & Stenholm, P. (2011). The Role Of Creativity In Opportunity Search And Business Idea Creation. *Education + Training*, 53(8–9), 659–672.
<https://doi.org/10.1108/00400911111185008>
- Jamaluddin, N. A. B. (2019). *Creative Personality And Entrepreneurial Inclination Among Uum Postgraduate Students*.
- Khan, M. S. (2020). *Women ' S Entrepreneurship And Social Capital : Exploring The Link Between The Domestic Sphere And The Marketplace In Pakistan*. 375–387.
<https://doi.org/10.1002/jsc.2336>
- Kim, P. H., & Aldrich, H. E. (2005). *Social Capital And Entrepreneurship*.
- Kim, T. Y., Hon, A. H. Y., & Lee, D. R. (2010).

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

- Proactive Personality And Employee Creativity: The Effects Of Job Creativity Requirement And Supervisor Support For Creativity. *Creativity Research Journal*, 22(1), 37–45. <https://doi.org/10.1080/10400410903579536>
- Kumar, R., & Shukla, S. (2022). Creativity, Proactive Personality And Entrepreneurial Intentions: Examining The Mediating Role Of Entrepreneurial Self-Efficacy. *Global Business Review*, 23(1), 101–118. <https://doi.org/10.1177/0972150919844395>
- Kusmintarti, A., Asdani, A., & Riwijanti, N. I. (2017). The Relationship Between Creativity, Entrepreneurial Attitude And Entrepreneurial Intention (Case Study On The Students Of State Polytechnic Malang). *International Journal Of Trade And Global Markets*, 10(1), 28–36. <https://doi.org/10.1504/Ijtg.2017.082379>
- Li, L. N., Huang, J. H., & Gao, S. Y. (2022a). The Relationship Between Personality Traits And Entrepreneurial Intention Among College Students: The Mediating Role Of Creativity. *Frontiers In Psychology*, 13(February), 1–10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.822206>
- Li, L. N., Huang, J. H., & Gao, S. Y. (2022b). The Relationship Between Personality Traits And Entrepreneurial Intention Among College Students: The Mediating Role Of Creativity. *Frontiers In Psychology*, 13, 1–10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.822206>
- Mahanani, E., & Sari, B. (2018). Fakultas Ekonomi. *Universitas Diponegoro*, 2(2), 31–40. Retrieved From <http://D3akuntansi.Fe.Unp.Ac.Id/Sites/Default/Files/1.Silabus.Pengantar>
- Akuntansi 2 D3 Akuntansi Semester 2 Fe Unp.Pdf
- Melinda, H. (2021). Analisis Pengaruh Creativity, Proactive Personality Dan Entrepreneurial Self-Efficacy Terhadap Entrepreneurial Intention Pada Mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. <https://kc.umma.ac.id/id/eprint/16476>, 1–9.
- Nisula, A. M., Olander, H., & Henttonen, K. (2017). Entrepreneurial Motivations As Drivers Of Expert Creativity. *International Journal Of Innovation Management*, 21(5). <https://doi.org/10.1142/S1363919617400059>
- Prasetyo, P. E., Setyadharma, A., & Kistanti, N. R. (2020). *Social Capital: The Main Determinant Of Msme Entrepreneurship Competitiveness*. (April).
- Prayetno, B. E., & Marwan. (2020). *The Effect Of Family Environment, Emotional Intelligence, And Creativity On Student Entrepreneurial Interest In The Faculty Of Economics, Universitas Negeri Padang*. 124, 590–598. <https://doi.org/10.2991/Aebmr.K.200305.123>
- Putri, M. K. (2018). *Pengaruh Faktor Kepribadian Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha*.
- Rahman, S., Batool, S., Akhtar, N., & Ali, H. (2015). Fostering Individual Creativity Through Proactive Personality: A Multilevel Perspective. *Journal Of Management Science*, Xi(2), 162–178.
- Runco, M. A., & Jaeger, G. J. (2012). The Standard Definition Of Creativity. *Creativity Research Journal*, 24(1), 92–96. <https://doi.org/10.1080/10400419.2012>

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

650092

- Sekar, A., & Firdausi, M. (2020). Pengaruh Kepribadian Proaktif Pada Kreativitas Dengan Motivasi Sebagai Mediator. *Media Riset Manajemen*, 3(1), 35–53. <https://doi.org/10.20961/mrm.v3i1.41>
- Shobaki, M. J. Al, Abu-Naser, S. S., Amuna, Y. M. A., & ... (2018). The Entrepreneurial Creativity Reality Among Palestinian Universities Students. *International Journal Of Academic Management Science Research (Ijamsr)*, 2(3), 1–13. Retrieved From <https://philpapers.org/rec/shotec-3%0ahttp://dstore.alazhar.edu.ps/xmliu/bitstream/handle/123456789/312/ijamsr180301.pdf?sequence=1&isallowed=Y>
- Statistik, B. P. (2021). *Badan Pusat Statistik.Pdf*. Retrieved From <https://www.bps.go.id/>
- Susanto, Novitasari, Y., Yusuf, S., & Ilfiandra. (2018). Development Of Creative Personality Inventory (Cpi): Hypothetical Concept. *International Journal Of Innovation, Creativity And Change*, 4(2), 176–192.
- Susanto1, E., Novitasari1, Y., Ilfiandra2, & Yusuf2, S. (2016). *Creative Personality Inventory*. (1).
- Tsai, K. H., Chang, H. C., & Peng, C. Y. (2016). Extending The Link Between Entrepreneurial Self-Efficacy And Intention: A Moderated Mediation Model. *International Entrepreneurship And Management Journal*, 12(2), 445–463. <https://doi.org/10.1007/s11365-014-0351-2>
- Veibe, V. (2019). Pengaruh Kreativitas Dan Locus Of Control Terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha Yang Dimoderasi Oleh Lingkungan Keluarga. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Wijaya, N. H. S. (2019). Proactive Personality, Lmx, And Voice Behavior: Employee–Supervisor Sex (Dis)Similarity As A Moderator. *Management Communication Quarterly*, 33(1), 86–100. <https://doi.org/10.1177/0893318918804890>
- Wijaya, N. H. S., Kusumawati, H., & Prajogo, W. (2020). The Linkage Of Proactive Personality, Emotional Exhaustion And Creativity. *Article In International Journal Of Psychosocial Rehabilitation*, 24(06), 2020. Retrieved From <https://www.researchgate.net/publication/354115995>
- Willison, W., & Rodhiah, R. (2021). Pengaruh Creativity, Proactive Personality, Dan Entrepreneurial Alertness Terhadap Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(2), 548. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i2.11901>
- Zampetakis, L. A., Gotsi, M., Andriopoulos, C., & Moustakis, V. (2011). Creativity And Entrepreneurial Intention In Young People. *The International Journal Of Entrepreneurship And Innovation*, 12(3), 189–199. <https://doi.org/10.5367/ije.2011.0037>
- Zavvar, T., Bahari, P., Abdollahi Asl, S., & Delkhosh, V. (2021). The Role Of Participatory Management And Social Responsibility Of Principals In First High School Teacher’s Job Satisfaction: Creativity Mediation Test Of Principals. *Quarterly Journal Of Managing Education In Organizations*, 10(1), 149–172. <https://doi.org/10.52547/meo.10.1.149>