Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMAK)
p–ISSN: 2964-8858 e-ISSN: 2963-3087
Vol. 5, No. 3, November 2026

Kreativitas Dan Efikasi Diri Sebagai Prediktor Intensi Berwirausaha Pada Mahasiswa

Aurel Ramadhanti Surya[1], Cris Diana Sidabutar[2], Diana Fahira[3], Heva Gracia Manurung[4] Saidun Hutasuhut[5]
[1,2,3,4] Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Medan
Email: aurelramadhanti0310@gmail.com, suhutsaid@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis kreativitas dan efikasi diri sebagai prediktor intensi berwirausaha pada mahasiswa S1. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei *cross-sectional*. Data dikumpulkan melalui angket daring dari 87 mahasiswa S1 rumpun ekonomi dan bisnis dengan teknik *convenience sampling*, lalu dianalisis menggunakan regresi linear berganda yang dilengkapi galat baku *robust* (HC3) dan interval kepercayaan *bootstrap*. Seluruh 21 butir instrumen valid (r = 0,782–0,914) dan reliabel (*Cronbach's Alpha* 0,933–0,954). Secara parsial, kreativitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap intensi berwirausaha (B = 0,192; p = 0,075), sehingga hipotesis pertama tidak terdukung. Efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan (B = 0,785; β = 0,711; p < 0,001), sehingga hipotesis kedua terdukung. Secara simultan, keduanya berpengaruh signifikan (F = 133,897; p < 0,001) dengan koefisien determinasi 0,761, sehingga hipotesis ketiga terdukung. Mengingat korelasi kedua prediktor yang tinggi (r = 0,852), efek unik kreativitas yang tidak signifikan perlu ditafsirkan hati-hati; analisis eksploratori konsisten dengan keterkaitan tidak langsung kreativitas terhadap intensi melalui efikasi diri, meskipun desain *cross-sectional* tidak memungkinkan kesimpulan kausal. Perguruan tinggi disarankan memperkuat efikasi diri mahasiswa melalui praktik usaha nyata, pendampingan, dan simulasi bisnis di samping pengembangan kreativitas.

Kata kunci: *Kreativitas, Efikasi Diri, Intensi Berwirausaha, Theory of Planned Behavior*

Abstract

This study examines creativity and self-efficacy as predictors of entrepreneurial intention among undergraduate students. A quantitative cross-sectional survey was administered online to 87 undergraduate students of economics and business programs, selected through convenience sampling. Data were analyzed using multiple linear regression, complemented by heteroskedasticity-robust (HC3) standard errors and bootstrap confidence intervals. All 21 items were valid (r = 0.782–0.914) and reliable (Cronbach's α = 0.933–0.954). Creativity had a positive but statistically non-significant partial effect on entrepreneurial intention (B = 0.192; p = 0.075), so the first hypothesis is not supported. Self-efficacy had a positive and significant effect (B = 0.785; β = 0.711; p < 0.001), so the second hypothesis is supported. Jointly, the two predictors significantly explained entrepreneurial intention (F = 133.897; p < 0.001; R^2 = 0.761), supporting the third hypothesis. Because the predictors were highly correlated (r = 0.852), the non-significant unique effect of creativity should be interpreted cautiously; exploratory analysis was consistent with an indirect association of creativity with intention through self-efficacy,

Pengelolah	:	Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri
Published by	:	Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv
Url	:	http://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/issue/view/2079

although the cross-sectional design precludes causal inference. Universities are advised to strengthen students' self-efficacy through real business practice, mentoring, and business simulation in addition to developing creativity.

Keywords: *Creativity, Self-Efficacy, Entrepreneurial Intention, Theory of Planned Behavior*

Pendahuluan

Pengangguran terdidik masih menjadi persoalan ketenagakerjaan di Indonesia. Data Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) Badan Pusat Statistik (BPS) yang dilaporkan Kumparan (2026) mencatat bahwa dari 7,22 juta penganggur pada Mei 2026, sebanyak 1,03 juta orang (14,31%) berpendidikan Diploma IV, S1, S2, atau S3. Dalam rentang yang lebih panjang, tingkat pengangguran terbuka pemegang gelar Diploma IV hingga S3 dilaporkan naik dari 5,52% pada Februari 2023 menjadi 5,63% pada Februari 2024 dan 6,23% pada Februari 2025 (Bisnis.com, 2025). Angka-angka tersebut menunjukkan bahwa gelar sarjana tidak otomatis menjamin terserapnya lulusan di pasar kerja. Jumlah lulusan yang terus bertambah, sementara lapangan kerja yang tersedia tidak selalu tumbuh sebanding, membuat persaingan memperoleh pekerjaan semakin ketat bagi lulusan baru.

Dalam situasi tersebut, kewirausahaan menjadi salah satu jalur yang relevan karena mengubah peran lulusan dari pencari kerja (*job seeker*) menjadi pencipta lapangan kerja (*job creator*). Perguruan tinggi memiliki posisi strategis dalam pergeseran ini sebab mahasiswa berada pada tahap ketika pilihan karier masih terbuka dan dapat dipengaruhi oleh pengalaman belajar. Langkah awal yang krusial dalam melahirkan wirausahawan baru adalah munculnya intensi berwirausaha, yaitu niat dan kesiapan mental untuk merencanakan dan memulai usaha baru. Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB), intensi merupakan prediktor terdekat dari perilaku terencana (Ajzen, 1991), dan dalam kajian kewirausahaan intensi diperlakukan sebagai penentu utama tindakan merintis usaha (Krueger et al., 2000). Dengan memahami faktor-faktor yang membentuk intensi pada saat masih berstatus mahasiswa, perguruan tinggi dapat merancang pembinaan sebelum keputusan karier diambil.

Namun, tidak semua mahasiswa memiliki dorongan yang cukup untuk memilih jalur wirausaha. Sebagian mahasiswa memandang wirausaha sebagai

pilihan yang berisiko dan menuntut kemampuan yang belum mereka miliki, sedangkan sebagian lain tertarik tetapi belum melangkah lebih jauh dari sekadar gagasan. Perbedaan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik faktor eksternal seperti lingkungan keluarga dan dukungan kampus maupun faktor internal yang melekat pada diri individu. Penelitian ini memusatkan perhatian pada dua faktor internal yang secara konseptual dekat dengan proses pembentukan niat, yaitu kreativitas dan efikasi diri.

Kreativitas, yaitu kemampuan berpikir fleksibel, mengonsepkan ide orisinal, dan menemukan peluang baru, dipandang sebagai bahan dasar pengenalan peluang usaha (Shane & Venkataraman, 2000; Ward, 2004). Mahasiswa yang kreatif lebih mudah melihat kebutuhan yang belum terlayani dan mengubahnya menjadi gagasan produk atau jasa. Meskipun demikian, gagasan yang kreatif belum tentu berujung pada keputusan berwirausaha. Di titik inilah efikasi diri, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuannya mengelola tugas dan menghadapi risiko kewirausahaan (Bandura, 1997; Chen et al., 1998), berperan menentukan keberanian mewujudkan rencana bisnis. Tanpa keyakinan yang memadai, gagasan bisnis yang kreatif sekalipun cenderung berhenti sebagai wacana.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kreativitas berkaitan dengan intensi berwirausaha, tetapi keterkaitan itu kerap berjalan melalui efikasi diri (Laguía et al., 2019; Wang et al., 2021). Kedua faktor ini juga cenderung saling berkorelasi tinggi sehingga pengaruhnya sulit dipisahkan. Hal tersebut menimbulkan pertanyaan yang perlu dijawab secara empiris, yaitu seberapa besar kontribusi unik masing-masing faktor ketika keduanya diuji bersamaan. Jawaban atas pertanyaan ini penting secara praktis, sebab apabila efikasi diri jauh lebih dominan, pembinaan kewirausahaan yang hanya berfokus pada pelatihan ide dan kreativitas berisiko kurang efektif dalam menumbuhkan niat. Kajian ini dilakukan pada mahasiswa S1 rumpun ekonomi dan bisnis yang menjadi sasaran utama program pembinaan kewirausahaan perguruan tinggi.

Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana tingkat kreativitas, efikasi diri, dan intensi berwirausaha mahasiswa, serta bagaimana pengaruh kreativitas dan efikasi diri terhadap intensi berwirausaha, baik

Pengelolah	:	Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri
Published by	:	Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv
Url	:	http://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/issue/view/2079

secara parsial maupun simultan. Penelitian ini bertujuan (1) mendeskripsikan tingkat kreativitas, efikasi diri, dan intensi berwirausaha mahasiswa S1, (2) menguji pengaruh kreativitas secara parsial, (3) menguji pengaruh efikasi diri secara parsial, (4) menguji pengaruh keduanya secara simultan, dan (5) mengukur besarnya kontribusi keduanya (R^2) terhadap intensi berwirausaha.

Secara teoretis, hasil penelitian ini memberikan bukti empiris tentang kontribusi relatif kreativitas dan efikasi diri dalam kerangka TPB. Secara praktis, hasilnya diharapkan menjadi masukan bagi perguruan tinggi dalam merancang program pembinaan kewirausahaan yang menempatkan penguatan keyakinan diri dan pengembangan kreativitas secara proporsional, serta bagi mahasiswa dalam memahami modal personal yang perlu dibangun sebelum memulai usaha.

Tinjauan Pustaka

Theory of Planned Behavior

Landasan teori penelitian ini adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991). Teori ini menjelaskan bahwa perilaku terencana, termasuk keputusan menjadi wirausahawan, diprediksi paling kuat oleh intensi individu, yaitu seberapa besar kesediaan seseorang untuk mencoba dan seberapa banyak usaha yang direncanakan untuk melakukan suatu perilaku. Semakin kuat intensi, semakin besar kemungkinan perilaku tersebut dilakukan, dengan syarat perilaku itu berada di bawah kendali kehendak individu.

Intensi dipengaruhi oleh tiga determinan, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif (*subjective norms*), dan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*). Sikap mencerminkan penilaian positif atau negatif terhadap perilaku, norma subjektif mencerminkan tekanan sosial yang dirasakan dari orang-orang penting, dan kontrol perilaku yang dirasakan mencerminkan persepsi mengenai mudah atau sulitnya melakukan perilaku tersebut. Pada konteks kewirausahaan, ketiganya berturut-turut berkaitan dengan daya tarik menjadi wirausahawan, dorongan lingkungan sosial, dan keyakinan akan mampu merintis usaha (Krueger et al., 2000). Ajzen (2002) menegaskan bahwa kontrol perilaku yang dirasakan mencakup dua komponen, yaitu efikasi diri (keyakinan akan mampu melakukan perilaku) dan kontrolabilitas

(keyakinan bahwa perilaku itu dapat dikendalikan), sehingga efikasi diri dapat dipandang sebagai wujud konkret dari determinan ini.

Dalam penelitian ini, TPB digunakan sebagai kerangka untuk menempatkan dua prediktor. Efikasi diri beririsan langsung dengan kontrol perilaku yang dirasakan sehingga diharapkan menjadi penentu intensi yang kuat. Kreativitas dikaitkan dengan pembentukan sikap positif terhadap wirausaha karena individu yang kreatif lebih mudah melihat peluang dan membayangkan usaha yang menarik. Menurut TPB, faktor di luar tiga determinan tersebut, termasuk karakteristik personal seperti kreativitas, diharapkan memengaruhi intensi secara tidak langsung melalui determinan itu (Laguía et al., 2019). Norma subjektif tidak diukur dalam penelitian ini dan dicatat sebagai keterbatasan.

Intensi Berwirausaha

Intensi berwirausaha merupakan komitmen kognitif dan niat terencana individu untuk merintis dan mengoperasikan bisnis baru di masa depan. Intensi berbeda dari perilaku berwirausaha itu sendiri: intensi adalah kesiapan psikologis sebelum tindakan nyata, sedangkan perilaku adalah tindakan merintis usaha. Berdasarkan perspektif TPB, intensi merupakan variabel perantara yang paling krusial antara berbagai faktor penentu dan tindakan, sehingga memahami pembentukan intensi pada mahasiswa memberikan petunjuk awal tentang calon wirausahawan di masa depan.

Mengacu pada instrumen Liñán dan Chen (2009), intensi diukur melalui lima indikator. Keinginan dan ketertarikan diri menggambarkan dorongan batin untuk menjadi wirausahawan. Komitmen dan sasaran masa depan menggambarkan tekad untuk mendirikan usaha setelah menyelesaikan pendidikan. Perencanaan usaha menggambarkan sejauh mana individu telah memiliki rencana memulai usaha sendiri. Kesiapan dan preferensi karier menggambarkan kesediaan memilih wirausaha sebagai karier serta upaya mempersiapkan diri. Keseriusan niat menggambarkan kesungguhan individu mempertimbangkan peran sebagai wirausahawan. Kelima indikator ini bergerak dari tahap keinginan yang masih umum menuju tahap perencanaan dan persiapan yang lebih konkret.

Pengelolah	:	Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri
Published by	:	Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv
Url	:	http://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/issue/view/2079

Kreativitas

Kreativitas adalah kemampuan kognitif menciptakan gagasan baru dan orisinal atau mengombinasikan ide yang ada menjadi produk atau jasa bernilai tambah (Guilford, 1950; Torrance, 1974). Guilford (1950) memandang kreativitas sebagai kemampuan berpikir yang dapat dikenali pada individu dan tidak hanya milik segelintir orang berbakat, sedangkan Torrance (1974) mengembangkan pengukuran kreativitas yang menekankan antara lain kelancaran, keluwesan, keaslian, dan elaborasi dalam berpikir. Kedua gagasan ini menjadi rujukan indikator dalam penelitian ini.

Indikator kreativitas yang digunakan meliputi penemuan ide baru, yakni kemampuan menghasilkan gagasan segar saat menghadapi masalah; keaslian berpikir, yakni kecenderungan memiliki gagasan yang berbeda dari orang lain; kepekaan membaca peluang, yakni kemampuan melihat peluang usaha dari kebutuhan atau masalah di sekitar; keluwesan berpikir, yakni kemampuan memikirkan beberapa alternatif solusi; eksplorasi cara baru, yakni kesenangan mencoba cara baru menyelesaikan pekerjaan; serta elaborasi dan diferensiasi produk, yakni kemampuan mengembangkan ide sederhana menjadi gagasan yang lebih menarik dan menemukan ide produk atau usaha yang unik dibandingkan usaha yang sudah ada.

Dalam kewirausahaan, kreativitas menjadi penggerak utama inovasi dan pengenalan peluang karena peluang usaha pada dasarnya harus ditemukan dan dirumuskan oleh individu (Shane & Venkataraman, 2000; Ward, 2004). Mahasiswa yang kreatif cenderung lebih yakin terhadap bentuk usaha yang layak dijalankan sehingga niat berwirausaha lebih mudah tumbuh. Walaupun demikian, kreativitas yang diukur melalui persepsi diri hanya menggambarkan kemampuan menghasilkan ide, bukan kesiapan menjalankannya, sehingga hubungannya dengan intensi dapat bergantung pada faktor lain seperti keyakinan diri.

Efikasi Diri

Efikasi diri dalam konteks kewirausahaan adalah keyakinan individu terhadap kemampuannya mengorganisasikan, mengelola, dan mengeksekusi tugas kewirausahaan di tengah risiko dan ketidakpastian (Bandura, 1997; Chen et al.,

1998). Konsep ini berakar pada teori kognitif sosial Bandura yang menyatakan bahwa keyakinan seseorang tentang kemampuannya memengaruhi tindakan apa yang dipilih, seberapa besar usaha yang dicurahkan, dan seberapa lama bertahan ketika menghadapi hambatan.

Menurut Bandura (1997), efikasi diri terbentuk melalui empat sumber, yaitu pengalaman keberhasilan langsung (*mastery experience*), pengamatan terhadap keberhasilan orang lain (*vicarious experience*), persuasi verbal, dan kondisi fisiologis serta emosional. Pengalaman keberhasilan langsung dipandang sebagai sumber yang paling kuat. Indikator efikasi diri dalam penelitian ini meliputi keyakinan eksekusi usaha, yaitu keyakinan mampu menjalankan usaha dan mengubah ide bisnis menjadi usaha nyata; penguasaan tugas dan pengelolaan, yaitu keyakinan mampu menyelesaikan tugas usaha dan mengelola usaha; keberanian mengambil keputusan; ketahanan menghadapi hambatan; serta manajemen risiko.

Efikasi diri yang tinggi membuat hambatan usaha dipandang sebagai tantangan yang dapat diatasi sehingga memperkuat tekad berwirausaha, sedangkan efikasi diri yang rendah membuat individu menghindari usaha meskipun memiliki gagasan yang baik. Efikasi diri juga dilaporkan berperan penting dalam pembentukan intensi berwirausaha (Zhao et al., 2005; Krueger et al., 2000).

Penelitian Terdahulu

Laguía et al. (2019) menguji model TPB yang diperluas pada 559 mahasiswa dengan pemodelan persamaan struktural berbasis *partial least squares*. Mereka menemukan bahwa efikasi diri dan sikap positif memediasi hubungan antara kreativitas yang dipersepsikan dan intensi berwirausaha, tetapi kreativitas tetap menjelaskan varians tambahan di luar komponen TPB. Temuan ini mengisyaratkan bahwa kreativitas dapat memengaruhi intensi baik secara tidak langsung maupun langsung.

Wang et al. (2021) melakukan survei pada 365 mahasiswa di Tiongkok dan menggunakan pemodelan persamaan struktural. Mereka melaporkan bahwa pendidikan kewirausahaan, pola pikir wirausaha, dan kreativitas berpengaruh positif signifikan terhadap intensi berwirausaha, serta bahwa efikasi diri berperan sebagai

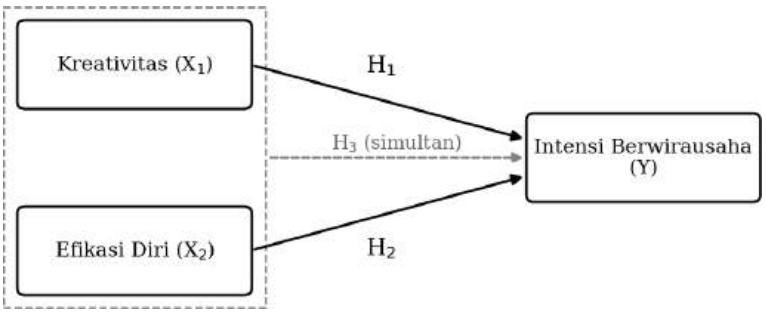
Pengelolah	:	Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri
Published by	:	Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv
Url	:	http://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/issue/view/2079

mediator parsial pada hubungan tersebut. Dengan demikian, kedua penelitian ini sepakat menempatkan efikasi diri sebagai jalur penting dari kreativitas menuju intensi.

Zhao et al. (2005) menunjukkan bahwa efikasi diri menjadi penghubung antara pengalaman maupun pembelajaran kewirausahaan dan intensi berwirausaha, sedangkan Krueger et al. (2000) membandingkan model-model intensi dan menempatkan persepsi kemampuan serta kelayakan sebagai penentu utama niat. Secara keseluruhan, literatur tersebut mengisyaratkan bahwa efikasi diri berada pada posisi yang kuat dalam menjelaskan intensi, sementara peran kreativitas dapat bersifat langsung maupun melalui efikasi diri. Penelitian-penelitian itu umumnya menggunakan konstruk laten dan teknik berbasis persamaan struktural, sedangkan penelitian ini menggunakan regresi linear berganda pada skor jumlah butir sehingga memberikan sudut pandang yang berbeda atas pertanyaan yang sama, yakni kontribusi unik masing-masing prediktor.

Kerangka Pemikiran dan Hipotesis Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, kreativitas (X_1) dan efikasi diri (X_2) diposisikan sebagai prediktor intensi berwirausaha (Y), sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1. Kreativitas dikaitkan dengan sikap positif terhadap wirausaha dan kemampuan mengenali peluang, sedangkan efikasi diri dikaitkan dengan kontrol perilaku yang dirasakan. Kedua variabel diuji secara parsial untuk melihat sumbangan masing-masing dengan variabel lain dikendalikan, dan secara simultan untuk melihat sumbangan bersama.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

Pengaruh kreativitas terhadap intensi. Individu yang kreatif mampu menghasilkan banyak gagasan dan melihat peluang usaha dari masalah di sekitarnya, sehingga membentuk sikap yang lebih positif terhadap wirausaha dan menumbuhkan keinginan untuk mewujudkan gagasan tersebut (Laguía et al., 2019; Wang et al., 2021). Atas dasar ini, kreativitas diduga berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha.

Pengaruh efikasi diri terhadap intensi. Individu yang yakin mampu menjalankan tugas usaha, mengambil keputusan, dan menghadapi risiko akan memandang wirausaha sebagai pilihan yang layak dan dapat dikendalikan, sejalan dengan konsep kontrol perilaku yang dirasakan (Ajzen, 2002; Krueger et al., 2000; Zhao et al., 2005). Atas dasar ini, efikasi diri diduga berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha.

Pengaruh simultan. Karena kreativitas membentuk gagasan dan sikap sedangkan efikasi diri membentuk keyakinan untuk mengeksekusi, keduanya diharapkan secara bersama-sama menjelaskan variasi intensi secara bermakna. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut.

H1 Kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha.

H2 Efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha.

H3 Kreativitas dan efikasi diri secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha.

Metode Penelitian

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei *cross-sectional* dan jenis penelitian asosiatif kausal. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan menguji hipotesis tentang pengaruh antarvariabel yang diukur secara numerik. Desain *cross-sectional* berarti data dikumpulkan satu kali pada satu periode waktu, sehingga hubungan yang ditemukan menggambarkan keterkaitan pada saat pengukuran dan belum dapat membuktikan urutan sebab-akibat. Jenis asosiatif kausal digunakan karena penelitian menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat berdasarkan landasan teori.

Pengelolah	:	Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri
Published by	:	Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv
Url	:	http://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/issue/view/2079

Fokus penelitian adalah menganalisis pengaruh kreativitas (X_1) dan efikasi diri (X_2) terhadap intensi berwirausaha (Y) menggunakan regresi linear berganda (Sugiyono, 2019). Regresi berganda dipilih karena memungkinkan pengaruh masing-masing prediktor diestimasi dengan prediktor lainnya dikendalikan sekaligus mengukur sumbangan bersama keduanya. Pengujian hipotesis menggunakan uji dua arah pada taraf signifikansi 5%, yang lebih konservatif daripada uji satu arah.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah mahasiswa S1 pada rumpun ekonomi dan bisnis [lengkapi: nama perguruan tinggi]. Rumpun ini dipilih karena mahasiswanya mempelajari konsep bisnis dan menjadi sasaran utama program pembinaan kewirausahaan, sehingga isu intensi berwirausaha relevan bagi mereka.

Sampel dipilih dengan teknik *non-probability sampling* melalui *convenience sampling*, yaitu berdasarkan kesediaan responden mengisi angket daring. Teknik ini dipakai karena kerangka sampel seluruh populasi tidak tersedia dan karena pengumpulan data daring memudahkan menjangkau responden. Konsekuensinya, hasil tidak dapat digeneralisasi secara statistik ke seluruh populasi dan hal ini dicatat sebagai keterbatasan. Responden yang datanya layak dianalisis berjumlah 87 mahasiswa dari program studi Manajemen (40), Kewirausahaan (31), dan Bisnis Digital (16).

Sebelum analisis, data diperiksa kelengkapan dan kewajarannya. Seluruh data terisi lengkap tanpa data hilang, seluruh skor butir berada pada rentang 1–5, dan tidak ditemukan responden ganda berdasarkan alamat surel maupun nama. Dengan dua prediktor, kecukupan sampel minimum menurut Green (1991) adalah 50 + 8m = 66 responden (m = jumlah prediktor), sehingga sampel 87 memenuhi kriteria tersebut. Pada taraf signifikansi 5%, sampel ini memberikan daya uji sekitar 0,90 untuk mendeteksi efek berukuran sedang (f^2 = 0,15; Cohen, 1988), yang berarti peluang mendeteksi efek sedang apabila memang ada tergolong baik.

Instrumen dan Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan melalui angket *Google Form* yang disebarkan secara daring pada September hingga Oktober 2026. Pengisian bersifat sukarela

berdasarkan kesediaan responden. Angket terdiri atas dua bagian. Bagian pertama memuat tiga pertanyaan karakteristik, yaitu usia, program studi, dan pengalaman usaha (serta status keberlanjutan usaha bagi yang pernah berusaha). Bagian kedua memuat 21 pernyataan tertutup, masing-masing 7 butir untuk kreativitas (X1.1–X1.7), efikasi diri (X2.1–X2.7), dan intensi berwirausaha (Y.1–Y.7).

Setiap pernyataan dijawab dengan skala Likert 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju). Skor tiap variabel diperoleh dengan menjumlahkan skor ketujuh butir sehingga rentangnya 7 sampai 35, dengan skor yang lebih tinggi menunjukkan tingkat kreativitas, efikasi diri, atau intensi yang lebih tinggi. Butir pernyataan disusun peneliti dengan merujuk pada indikator masing-masing variabel; instrumen intensi mengacu pada Liñán dan Chen (2009). Seluruh pernyataan bernada positif sehingga tidak diperlukan pembalikan skor. Definisi operasional, indikator, dan butir pengukuran disajikan pada Tabel 1.

Pengelolah	:	Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri
Published by	:	Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv
Url	:	http://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/issue/view/2079

Tabel 1

Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi operasional	Indikator	Butir
Kreativitas (X_1)	Kemampuan menghasilkan gagasan baru dan orisinal serta mengembangkannya menjadi ide usaha bernilai	Penemuan ide baru; keaslian berpikir; kepekaan membaca peluang; keluwesan berpikir; eksplorasi cara baru; elaborasi dan diferensiasi produk	X1.1–X1.7
Efikasi diri (X_2)	Keyakinan terhadap kemampuan mengorganisasikan, mengelola, dan mengeksekusi tugas kewirausahaan	Keyakinan eksekusi usaha (X2.1, X2.7); penguasaan tugas dan pengelolaan (X2.2, X2.6); keberanian mengambil keputusan (X2.3); ketahanan menghadapi hambatan (X2.4); manajemen risiko (X2.5)	X2.1–X2.7
Intensi berwirausaha (Y)	Niat dan komitmen terencana untuk merintis usaha di masa depan	Keinginan dan ketertarikan diri (Y.1, Y.2); komitmen dan sasaran masa depan (Y.3); perencanaan usaha (Y.4); kesiapan dan preferensi karier (Y.5, Y.6); keseriusan niat (Y.7)	Y.1–Y.7

Sumber: Dikembangkan peneliti dari Guilford (1950), Torrance (1974), Bandura (1997), Chen et al. (1998), dan Liñán & Chen (2009).

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dalam lima tahap berikut. Seluruh perhitungan direplikasi menggunakan Python (pustaka statsmodels, SciPy, dan pingouin).

1. Uji instrumen

Uji validitas menggunakan korelasi *Pearson product moment* antara skor tiap butir dan skor total variabelnya. Butir dinyatakan valid apabila r hitung lebih besar daripada r tabel 0,2108 (n = 87; α = 5%). Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* yang menilai konsistensi internal butir; instrumen dinyatakan reliabel apabila nilainya lebih dari 0,70 (Cronbach, 1951; Nunnally & Bernstein, 1994).

2. Statistik deskriptif

Statistik deskriptif meliputi nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan simpangan baku. Tingkat variabel dikategorikan berdasarkan skor jumlah menjadi rendah (7–16), sedang (17–25), dan tinggi (26–35). Pada tingkat butir, rata-rata skor diinterpretasikan dengan kategori sangat rendah (1,00–1,80), rendah (1,81–2,60), sedang (2,61–3,40), tinggi (3,41–4,20), dan sangat tinggi (4,21–5,00).

3. Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik dilakukan agar estimasi regresi dapat ditafsirkan dengan tepat (Ghozali, 2018). Normalitas residual diuji dengan *Shapiro-Wilk* (Shapiro & Wilk, 1965) dan *Kolmogorov-Smirnov* dengan koreksi *Lilliefors* (1967); asumsi terpenuhi bila $p > 0,05$. Multikolinearitas, yaitu korelasi yang terlalu tinggi antarprediktor, dinilai dari *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF); masalah serius muncul bila *Tolerance* < 0,10 atau VIF > 10, sedangkan batas yang lebih ketat adalah VIF > 5 (Hair et al., 2019). Autokorelasi diuji dengan statistik Durbin-Watson (Durbin & Watson, 1951), dengan nilai di sekitar 2 menunjukkan tidak ada autokorelasi. Heteroskedastisitas, yaitu varians residual yang tidak konstan, diuji dengan uji Glejser (1969) dan uji White (1980); asumsi terpenuhi bila $p > 0,05$.

4. Regresi linear berganda

Pengaruh prediktor terhadap intensi diestimasi dengan persamaan $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$, dengan Y = intensi berwirausaha, X_1 = kreativitas, X_2 = efikasi diri, α = konstanta, β = koefisien regresi, dan e = galat. Uji t digunakan untuk menguji pengaruh parsial; prediktor berpengaruh signifikan bila |t hitung| > t tabel 1,989 (df = 84; α = 5%, dua arah) atau $p < 0,05$. Uji F digunakan untuk menguji pengaruh simultan; model signifikan bila F hitung > F tabel 3,105 (df = 2 dan 84) atau $p < 0,05$. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan proporsi variasi intensi yang dijelaskan oleh kedua

Pengelolah	:	Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri
Published by	:	Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv
Url	:	http://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/issue/view/2079

prediktor. Kontribusi unik masing-masing prediktor dinilai melalui perubahan R^2 (ΔR^2) dan ukuran efek f^2 (Cohen, 1988), dengan acuan 0,02 kecil, 0,15 sedang, dan 0,35 besar.

5. Uji ketahanan dan analisis tambahan

Karena sebagian asumsi klasik tidak terpenuhi, model diuji ulang dengan galat baku *robust* HC3 (Long & Ervin, 2000), interval kepercayaan persentil *bootstrap* (5.000 resampel), penambahan variabel kontrol pengalaman usaha, serta penghapusan observasi berpengaruh (*Cook's distance* > 4/n) dan responden yang menjawab seragam. Sebagai analisis eksploratori, dilakukan uji mediasi sederhana dengan estimasi *bootstrap* efek tidak langsung (Preacher & Hayes, 2008) serta perbandingan skor berdasarkan pengalaman usaha dan program studi menggunakan uji t Welch dan ANOVA satu arah.

Hasil Dan Pembahasan

Hasil Analisa Data

1. Karakteristik Responden

Responden berjumlah 87 mahasiswa. Dari sisi usia, sebagian besar responden berusia 18–20 tahun (56,3%), diikuti usia 21–23 tahun (31,0%), di atas 23 tahun (6,9%), dan di bawah 18 tahun (5,7%). Dengan demikian, responden didominasi mahasiswa muda yang kemungkinan masih berada pada tahun-tahun awal studi. Dari sisi program studi, responden berasal dari Manajemen (46,0%), Kewirausahaan (35,6%), dan Bisnis Digital (18,4%). Rincian disajikan pada Tabel 2.

Dari sisi pengalaman usaha, 41,4% responden (36 orang) pernah memiliki atau menjalankan usaha, sedangkan 58,6% (51 orang) belum pernah. Dari 36 responden yang pernah berusaha, 19 orang (52,8%) masih menjalankan usahanya dan 17 orang (47,2%) telah menghentikannya. Proporsi yang pernah berusaha berbeda antarprogram studi: 51,6% pada Kewirausahaan (16 dari 31), 42,5% pada Manajemen (17 dari 40), dan 18,8% pada Bisnis Digital (3 dari 16). Komposisi ini menguntungkan analisis karena sampel memuat responden dengan dan tanpa pengalaman usaha dalam jumlah yang memadai sehingga variasi skor tidak terlalu sempit.

Tabel 2

Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Usia	< 18 tahun	5	5,7
	18–20 tahun	49	56,3
	21–23 tahun	27	31,0
	> 23 tahun	6	6,9
Program studi	Manajemen	40	46,0
	Kewirausahaan	31	35,6
	Bisnis Digital	16	18,4
Pengalaman usaha	Pernah	36	41,4
	Belum pernah	51	58,6

Sumber: Data primer diolah, 2026.

2. Hasil Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan memastikan setiap butir benar-benar mengukur variabel yang dimaksud. Hasil pada Tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh 21 butir memiliki r hitung (0,782–0,914) yang lebih besar daripada r tabel (0,2108), sehingga seluruh butir dinyatakan valid dan dipertahankan. Nilai terendah terdapat pada butir X2.1 (0,782) dan tertinggi pada butir Y.7 (0,914). Karena butir yang diuji ikut membentuk skor total, nilai r hitung cenderung sedikit lebih tinggi; sebagai pemeriksaan, korelasi butir dengan skor total tanpa butir tersebut (*corrected item-total correlation*) berkisar 0,699–0,877 dan tetap jauh di atas r tabel. Dengan demikian, kesimpulan validitas tidak berubah.

Pengelolah : Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri
Published by : Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv
Url : http://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/issue/view/2079

Tabel 3

Hasil Uji Validitas (r hitung)

No. Butir	Kreativitas (X_1)	Efikasi Diri (X_2)	Intensi (Y)
1	0,830	0,782	0,859
2	0,859	0,852	0,844
3	0,852	0,872	0,899
4	0,863	0,877	0,885
5	0,836	0,883	0,899
6	0,857	0,876	0,906
7	0,832	0,848	0,914

Sumber: Data primer diolah, 2026. Seluruh butir valid (r tabel = 0,2108).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan memastikan butir-butir pada satu variabel konsisten satu sama lain. Tabel 4 menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,933 untuk kreativitas, 0,938 untuk efikasi diri, dan 0,954 untuk intensi berwirausaha. Ketiganya jauh di atas batas 0,70 sehingga instrumen dinyatakan reliabel. Nilai di atas 0,90 menunjukkan konsistensi internal yang sangat tinggi; di sisi lain, nilai setinggi ini dapat pula mengindikasikan bahwa butir-butir saling berdekatan maknanya, hal yang patut diperhatikan pada pengembangan instrumen berikutnya.

Tabel 4

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Butir	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kreativitas (X_1)	7	0,933	Reliabel
Efikasi Diri (X_2)	7	0,938	Reliabel
Intensi Berwirausaha (Y)	7	0,954	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2026

3. Statistik Deskriptif dan Tingkat Variabel

Statistik deskriptif pada Tabel 5 menggambarkan posisi responden pada setiap variabel. Rata-rata skor kreativitas sebesar 26,15 (3,74 per butir), efikasi diri

26,08 (3,73), dan intensi berwirausaha 26,56 (3,79), seluruhnya berada pada batas bawah kategori tinggi (26–35). Simpangan baku sekitar 6 poin pada rentang skor 7–35 menunjukkan variasi antarresponden yang cukup lebar. Skor minimum responden (14–15) berada di atas skor terendah yang mungkin (7), sedangkan skor maksimum mencapai 35 pada ketiga variabel, yang berarti ada responden yang menjawab "sangat setuju" pada seluruh butir. Distribusi skor relatif simetris (kemiringan antara −0,22 dan 0,07) tetapi cenderung datar (kurtosis antara −1,20 dan −1,02), artinya responden tersebar luas pada rentang skor dan tidak menumpuk di sekitar rata-rata.

Tabel 6 menunjukkan sebaran responden menurut kategori. Pada kreativitas, 54,0% berada pada kategori tinggi, 42,5% sedang, dan 3,4% rendah. Pada efikasi diri, 48,3% tinggi, 49,4% sedang, dan 2,3% rendah. Pada intensi berwirausaha, 58,6% tinggi, 33,3% sedang, dan 8,0% rendah. Dapat dilihat bahwa mayoritas responden berada pada kategori sedang hingga tinggi, dan kelompok rendah hanya sedikit. Efikasi diri merupakan variabel dengan proporsi kategori tinggi terkecil, sedangkan intensi memiliki proporsi tinggi terbesar sekaligus proporsi rendah terbesar, yang berarti intensi menyebar paling lebar di antara ketiganya.

Pada tingkat butir (Tabel 7), seluruh rata-rata berada pada kisaran 3,57–3,95 atau kategori tinggi. Untuk kreativitas, butir tertinggi adalah kesenangan mencoba cara baru (X1.5; 3,90) dan terendah adalah kemampuan menemukan ide produk atau usaha yang unik (X1.7; 3,64). Untuk efikasi diri, butir tertinggi adalah keyakinan mampu menjalankan usaha jika memutuskan berwirausaha (X2.1; 3,85) dan terendah adalah keyakinan menghadapi hambatan usaha (X2.4; 3,57), yang juga merupakan rata-rata terendah dari seluruh butir. Untuk intensi, butir tertinggi adalah kesediaan memilih wirausaha sebagai pilihan karier (Y.5; 3,95) dan terendah adalah upaya mempersiapkan diri memulai usaha (Y.6; 3,66). Pola ini memberi dua petunjuk. Pertama, mahasiswa lebih yakin pada kemampuan memulai usaha daripada pada kemampuan bertahan menghadapi hambatan. Kedua, skor butir persiapan diri (Y.6) yang lebih rendah daripada butir keinginan dan ketertarikan (Y.1 dan Y.2; masing-masing 3,85 dan 3,78) mengindikasikan bahwa niat belum

Pengelolah	:	Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri
Published by	:	Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv
Url	:	http://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/issue/view/2079

sepenuhnya diikuti kesiapan nyata. Dengan demikian, tingkat ketiga variabel pada mahasiswa S1 tergolong sedang menuju tinggi.

Tabel 5

Statistik Deskriptif (n = 87)

Variabel	**Min**	**Maks**	**Rata-rata**	**Simpangan Baku**
Kreativitas (X_1)	15	35	26,15	6,12
Efikasi Diri (X_2)	14	35	26,08	5,79
Intensi Berwirausaha (Y)	14	35	26,56	6,40

Sumber: Data primer diolah, 2026

Tabel 6

Distribusi Kategori Variabel

Variabel	**Rendah (7–16)**	**Sedang (17–25)**	**Tinggi (26–35)**
Kreativitas (X_1)	3 (3,4%)	37 (42,5%)	47 (54,0%)
Efikasi Diri (X_2)	2 (2,3%)	43 (49,4%)	42 (48,3%)
Intensi Berwirausaha (Y)	7 (8,0%)	29 (33,3%)	51 (58,6%)

Sumber: Data primer diolah, 2026

Tabel 7

Rata-rata (Simpangan Baku) Skor per Butir

No. Butir	**Kreativitas (X_1)**	**Efikasi Diri (X_2)**	**Intensi (Y)**
1	3,78 (0,93)	3,85 (1,01)	3,85 (0,95)
2	3,67 (1,12)	3,70 (1,00)	3,78 (1,00)
3	3,76 (1,00)	3,79 (0,95)	3,84 (1,06)
4	3,69 (1,02)	3,57 (1,00)	3,75 (1,01)
5	3,90 (1,01)	3,78 (0,91)	3,95 (0,95)
6	3,71 (1,01)	3,70 (0,92)	3,66 (1,13)
7	3,64 (1,14)	3,68 (0,99)	3,74 (1,10)
Rata-rata	3,74	3,73	3,79

Sumber: Data primer diolah, 2026. Skala 1–5; seluruh rata-rata termasuk kategori tinggi (3,41–4,20).

4. Korelasi Antarvariabel dan Hasil Uji Asumsi Klasik

Sebelum regresi, hubungan antarvariabel diperiksa melalui korelasi (Tabel 8). Ketiga variabel berkorelasi positif dan signifikan pada taraf 0,001. Korelasi tertinggi terdapat antara efikasi diri dan intensi (r = 0,867), diikuti kreativitas dan efikasi diri (r = 0,852) serta kreativitas dan intensi (r = 0,789). Seluruhnya tergolong kuat, artinya responden yang skornya tinggi pada satu variabel cenderung tinggi pula pada variabel lain. Korelasi Spearman memberikan pola yang sama (ρ = 0,781–0,846), sehingga pola hubungan tidak bergantung pada asumsi distribusi. Perlu dicatat bahwa korelasi kreativitas dan efikasi diri yang sangat tinggi (0,852) sudah mengisyaratkan bahwa pengaruh unik keduanya akan sulit dipisahkan dalam regresi.

Tabel 8

Matriks Korelasi Pearson (n = 87)

Variabel	**M**	**SD**	**1**	**2**	**3**
1. Kreativitas (X_1)	26,15	6,12	1		
2. Efikasi Diri (X_2)	26,08	5,79	0,852*	1	
3. Intensi Berwirausaha (Y)	26,56	6,40	0,789*	0,867*	1

Sumber: Data primer diolah, 2026. *p < 0,001 (dua arah).

Hasil uji asumsi klasik disajikan pada Tabel 9. Terdapat tiga asumsi yang terpenuhi dan dua yang tidak.

Asumsi yang terpenuhi. Nilai *Tolerance* 0,275 (di atas 0,10) dan VIF 3,643 (di bawah 5) menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas yang serius, meskipun korelasi X_1 dan X_2 tinggi sehingga kontribusi unik masing-masing prediktor sulit dipisahkan. Nilai Durbin-Watson sebesar 1,664 mendekati 2 dan menunjukkan tidak ada autokorelasi. Uji Glejser tidak signifikan untuk X_1 (p = 0,671) dan X_2 (p = 0,922).

Asumsi yang tidak terpenuhi. Uji normalitas residual menunjukkan bahwa residual tidak berdistribusi normal (*Shapiro-Wilk* W = 0,924; p < 0,001; *Kolmogorov-Smirnov* dengan koreksi *Lilliefors* D = 0,127; p = 0,003), dengan residual menceng ke kanan (kemiringan 1,04) dan berekor berat (kurtosis 5,02). Uji White (p < 0,001) juga

Pengelolah : Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri
Published by : Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv
Url : http://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/issue/view/2079

mengindikasikan heteroskedastisitas. Pelanggaran normalitas pada sampel di atas 30 biasanya tidak terlalu mengganggu uji t dan F, tetapi heteroskedastisitas dapat membuat galat baku tidak akurat. Karena itu, model diestimasi ulang dengan galat baku *robust* (HC3) dan hasilnya konsisten: X_2 signifikan (t = 3,874; p < 0,001) sedangkan X_1 tidak signifikan (t = 0,928; p = 0,356). Hal ini dicatat sebagai keterbatasan penelitian.

Tabel 9

Ringkasan Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji	**Statistik**	**Nilai**	**Keterangan**
Normalitas	Shapiro-Wilk	W = 0,924; p < 0,001	Tidak terpenuhi
	K-S (Lilliefors)	D = 0,127; p = 0,003	Tidak terpenuhi
Multikolinearitas	Tolerance / VIF	0,275 / 3,643	Terpenuhi
Autokorelasi	Durbin-Watson	1,664	Terpenuhi
Heteroskedastisitas	Glejser	p = 0,671; 0,922	Terpenuhi
	White	p < 0,001	Tidak terpenuhi

Sumber: Data primer diolah, 2026

5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil estimasi regresi disajikan pada Tabel 10, dengan persamaan Y = 1,084 + 0,192X_1 + 0,785X_2 + e. Konstanta sebesar 1,084 tidak signifikan (p = 0,499) dan tidak memiliki makna praktis karena menggambarkan skor intensi ketika kreativitas dan efikasi diri bernilai nol, padahal skor terendah responden adalah 14. Koefisien X_1 sebesar 0,192 berarti kenaikan satu poin skor kreativitas meningkatkan skor intensi sebesar 0,192 poin dengan efikasi diri tetap, sedangkan koefisien X_2 sebesar 0,785 berarti kenaikan satu poin skor efikasi diri meningkatkan skor intensi sebesar 0,785 poin dengan kreativitas tetap. Koefisien terstandar (Beta) memperlihatkan perbedaan kekuatan keduanya: 0,711 untuk efikasi diri dan 0,184 untuk kreativitas, sehingga pengaruh efikasi diri sekitar empat kali lebih besar.

Tabel 10

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	B	Std. Error	Beta	t hitung	Sig.
Konstanta	1,084	1,597	–	0,679	0,499
Kreativitas (X_1)	0,192	0,106	0,184	1,805	0,075
Efikasi Diri (X_2)	0,785	0,112	0,711	6,984	< 0,001

Sumber: Data primer diolah, 2026. Variabel terikat: Intensi Berwirausaha (Y); t tabel = 1,989.

Uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa t hitung kreativitas (1,805) lebih kecil daripada t tabel (1,989) dan p = 0,075 lebih besar daripada 0,05, sehingga pengaruh kreativitas tidak signifikan. Sebaliknya, t hitung efikasi diri (6,984) jauh lebih besar daripada t tabel dan p < 0,001, sehingga pengaruhnya signifikan.

Uji simultan (uji F) pada Tabel 11 menghasilkan F hitung 133,897 (p < 0,001) yang lebih besar daripada F tabel 3,105, sehingga model layak dan kedua variabel secara simultan berpengaruh signifikan. Koefisien korelasi berganda R sebesar 0,872 menunjukkan hubungan yang kuat antara kedua prediktor dan intensi. Nilai R^2 sebesar 0,761 (*Adjusted* R^2 0,756) berarti kreativitas dan efikasi diri menjelaskan 76,1% variasi intensi berwirausaha, sedangkan 23,9% dijelaskan faktor lain di luar model, misalnya norma subjektif, pendidikan kewirausahaan, dan dukungan keluarga. Galat baku estimasi sebesar 3,16 poin (akar dari rata-rata kuadrat residual 9,998), dibandingkan simpangan baku intensi sebesar 6,40 poin, menunjukkan bahwa prediksi model cukup mendekati skor sebenarnya.

Kontribusi unik masing-masing prediktor dapat dilihat dari seberapa besar R^2 turun bila prediktor itu dikeluarkan. Efikasi diri menyumbang $\Delta R^2 = 0,139$ ($f^2 = 0,58$, efek besar), sedangkan kreativitas hanya $\Delta R^2 = 0,009$ ($f^2 = 0,04$, efek kecil) menurut kriteria Cohen (1988). Artinya, sebagian besar daya penjelas model berasal dari efikasi diri, sedangkan penambahan kreativitas ke dalam model yang sudah memuat efikasi diri hanya memberikan tambahan yang sangat kecil.

Pengelolah : Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri
Published by : Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv
Url : http://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/issue/view/2079

Tabel 11

Hasil Uji Simultan (ANOVA)

Sumber	**Jumlah Kuadrat**	**df**	**Rata-rata Kuadrat**	**F**	**Sig.**
Regresi	2.677,529	2	1.338,764	133,897	< 0,001
Residual	839,873	84	9,998		
Total	3.517,402	86			

Sumber: Data primer diolah, 2026

Ringkasan keputusan pengujian hipotesis disajikan pada Tabel 12. H1 tidak terdukung, sedangkan H2 dan H3 terdukung.

Tabel 12

Ringkasan Pengujian Hipotesis

Hipotesis	**Pernyataan**	**Statistik uji**	**Sig.**	**Keputusan**
H1	Kreativitas → intensi	t = 1,805 < 1,989	0,075	Tidak terdukung
H2	Efikasi diri → intensi	t = 6,984 > 1,989	< 0,001	Terdukung
H3	Kreativitas dan efikasi diri → intensi (simultan)	F = 133,897 > 3,105	< 0,001	Terdukung

Sumber: Data primer diolah, 2026. Uji dua arah pada taraf signifikansi 5%.

Catatan mengenai H1: karena H1 dirumuskan berarah positif, sebagian peneliti memakai uji satu arah yang menghasilkan p = 0,038 untuk kreativitas. Penelitian ini menetapkan uji dua arah sebagai kriteria sejak awal karena lebih konservatif dan sesuai dengan t tabel yang digunakan. Selain itu, hasil pada galat baku *robust* (p = 0,356) dan interval *bootstrap* (yang mencakup nol) tidak mendukung adanya pengaruh unik kreativitas yang meyakinkan, sehingga H1 tetap dinyatakan tidak terdukung.

6. Uji Ketahanan Hasil

Karena asumsi normalitas dan homoskedastisitas tidak sepenuhnya terpenuhi, ketahanan temuan diuji melalui beberapa spesifikasi alternatif (Tabel 13).

Pada seluruh spesifikasi, efikasi diri tetap signifikan dengan koefisien berkisar 0,785–0,847, sedangkan kreativitas tidak pernah signifikan pada taraf 5%. Berikut penjelasan tiap spesifikasi.

Galat baku *robust* HC3 memperbaiki ketelitian galat baku bila varians residual tidak konstan; hasilnya, p kreativitas menjadi 0,356 dan efikasi diri tetap $p < 0,001$. Interval *bootstrap* tidak mengandalkan asumsi normalitas; interval kreativitas (−0,169 hingga 0,533) mencakup nol, sedangkan interval efikasi diri (0,441 hingga 1,131) tidak. Penambahan pengalaman usaha sebagai variabel kontrol tidak mengubah kesimpulan karena pengalaman usaha sendiri tidak berpengaruh bila kedua prediktor sudah ada ($B = −0,057$; $p = 0,954$). Penghapusan tujuh observasi berpengaruh membuat R^2 naik menjadi 0,880 tetapi kreativitas tetap tidak signifikan ($p = 0,171$). Terakhir, keenam responden yang menjawab "sangat setuju" pada seluruh butir (6,9%) tidak memengaruhi pola hasil; tanpa mereka R^2 menjadi 0,726 dengan kesimpulan yang sama. Kesimpulan bahwa efikasi diri dominan dan kreativitas tidak berpengaruh unik signifikan karenanya bukan artefak dari pelanggaran asumsi atau pencilan.

Pengelolah	:	Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri
Published by	:	Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv
Url	:	http://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/issue/view/2079

Tabel 13

Uji Ketahanan Koefisien Regresi terhadap Intensi Berwirausaha

Spesifikasi	**n**	**B X_1 (p)**	**B X_2 (p)**	**R^2**
OLS baku (model utama)	87	0,192 (0,075)	0,785 (< 0,001)	0,761
Galat baku robust HC3	87	0,192 (0,356)	0,785 (< 0,001)	0,761
Bootstrap 5.000 (CI 95% persentil)	87	[−0,169; 0,533]	[0,441; 1,131]	–
+ Kontrol pengalaman usaha (OLS)	87	0,194 (0,086)	0,786 (< 0,001)	0,761
+ Kontrol pengalaman usaha (HC3)	87	0,194 (0,406)	0,786 (< 0,001)	0,761
Tanpa 7 observasi berpengaruh (Cook's D > 4/n)	80	0,139 (0,171)	0,847 (< 0,001)	0,880
Tanpa 6 responden berjawaban seragam	81	0,194 (0,084)	0,789 (< 0,001)	0,726

Sumber: Data primer diolah, 2026. B = koefisien tidak terstandar; angka dalam kurung = nilai p; baris bootstrap menampilkan CI 95%.

7. Analisis Tambahan Eksploratori

Analisis pada bagian ini bersifat eksploratori dan tidak dirumuskan sebagai hipotesis. Tujuannya membantu menafsirkan mengapa kreativitas berkorelasi kuat dengan intensi tetapi tidak signifikan dalam regresi. Karena itu ditampilkan secara terpisah dari pengujian hipotesis utama.

Analisis mediasi. Karena literatur menempatkan efikasi diri sebagai penghubung, dilakukan uji mediasi sederhana (Tabel 14). Jalur a menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh signifikan terhadap efikasi diri (a = 0,806). Jalur b menunjukkan bahwa efikasi diri berpengaruh signifikan terhadap intensi dengan kreativitas dikendalikan (b = 0,785). Efek tidak langsung (a×b) sebesar 0,632 dengan

CI *bootstrap* 95% [0,343; 0,956] tidak mencakup nol (Sobel z = 6,33), sedangkan efek langsung c′ (0,192) tidak signifikan. Pola ini berarti sekitar 77% dari efek total kreativitas (0,824) berjalan melalui efikasi diri. Secara sederhana, kreativitas tampak berkaitan dengan intensi terutama karena mahasiswa yang kreatif juga merasa lebih mampu berwirausaha. Namun, data *cross-sectional* tidak dapat membuktikan urutan sebab-akibat tersebut.

Tabel 14

Hasil Uji Mediasi Sederhana (Kreativitas → Efikasi Diri → Intensi)

Jalur	**B**	**Std. Error**	**Sig. / CI 95% bootstrap**
a: $X_1 \rightarrow X_2$	0,806	0,054	< 0,001
b: $X_2 \rightarrow Y$ (X_1 dikendalikan)	0,785	0,112	< 0,001
c: Efek total $X_1 \rightarrow Y$	0,824	0,070	< 0,001
c′: Efek langsung $X_1 \rightarrow Y$	0,192	0,106	0,075
a × b: Efek tidak langsung	0,632	–	[0,343; 0,956]

Sumber: Data primer diolah, 2026. Estimasi bootstrap 5.000 resampel.

Perbandingan menurut pengalaman usaha dan program studi. Skor ketiga variabel berbeda sangat besar menurut pengalaman usaha (Tabel 15). Responden yang pernah berusaha memiliki skor kreativitas, efikasi diri, dan intensi yang jauh lebih tinggi daripada yang belum pernah (d Cohen = 1,57–1,95, tergolong sangat besar). Sebaliknya, tidak terdapat perbedaan signifikan antarprogram studi (ANOVA: X_1 F = 2,342, p = 0,102; X_2 F = 1,653, p = 0,198; Y F = 2,260, p = 0,111). Perbedaan menurut pengalaman usaha tidak dapat ditafsirkan kausal, sebab pengalaman dapat meningkatkan keyakinan dan niat, tetapi mahasiswa yang sudah berkeyakinan tinggi juga mungkin lebih cenderung mencoba berusaha.

Interaksi dengan pengalaman usaha. Uji interaksi menunjukkan bahwa efek kreativitas terhadap intensi berbeda menurut pengalaman usaha (X_1 × pengalaman: B = −0,414; p = 0,008). Pada responden yang belum pernah berusaha (n = 51), kreativitas berpengaruh signifikan (B = 0,329; p = 0,009), sedangkan pada yang pernah berusaha (n = 36) tidak (B = 0,032; p = 0,877). Efikasi diri signifikan pada kedua kelompok (B = 0,843 dan 0,672). Temuan ini perlu dikonfirmasi pada sampel

Pengelolah : Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri
Published by : Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv
Url : http://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/issue/view/2079

yang lebih besar karena ukuran subsampel kecil dan analisisnya dilakukan setelah data diperoleh.

Tabel 15

Perbandingan Skor Berdasarkan Pengalaman Usaha

Variabel	**Pernah (n = 36) M (SD)**	**Belum pernah (n = 51) M (SD)**	**t Welch**	**p**	**d Cohen**
Kreativitas (X_1)	31,19 (4,46)	22,59 (4,39)	8,92	< 0,001	1,95
Efikasi Diri (X_2)	30,81 (4,02)	22,75 (4,36)	8,89	< 0,001	1,91
Intensi Berwirausaha (Y)	31,22 (4,40)	23,27 (5,49)	7,48	< 0,001	1,57

Sumber: Data primer diolah, 2026. Uji t sampel independen dengan koreksi Welch.

Pembahasan

1. Tingkat kreativitas, efikasi diri, dan intensi berwirausaha

Ketiga variabel berada pada tingkat sedang menuju tinggi, dengan rata-rata per butir 3,73–3,79 pada skala 1–5. Artinya, mahasiswa responden secara umum menilai dirinya cukup kreatif, cukup yakin mampu berwirausaha, dan cukup berniat memulai usaha. Mayoritas responden (58,6%) berada pada kategori intensi tinggi, tetapi butir persiapan diri (Y.6) dan butir menghadapi hambatan (X2.4) paling rendah. Hal ini sejalan dengan pembedaan antara niat dan tindakan dalam TPB: niat yang tinggi belum otomatis berarti kesiapan yang konkret. Bagi perguruan tinggi, implikasinya adalah bahwa ketertarikan mahasiswa sudah ada, sehingga tantangan utama justru menjembatani niat menjadi persiapan nyata.

2. Pengaruh kreativitas terhadap intensi berwirausaha

Kreativitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan secara parsial terhadap intensi berwirausaha (B = 0,192; p = 0,075), sehingga hipotesis pertama tidak terdukung. Temuan ini perlu dibaca hati-hati, sebab kreativitas berkorelasi kuat dengan intensi (r = 0,789) dan bila diuji sendiri menjelaskan 62,3% variasinya. Dengan kata lain, mahasiswa yang kreatif memang cenderung berniat berwirausaha, tetapi keterkaitan itu hampir seluruhnya tumpang tindih dengan efikasi diri.

Pengaruh uniknya menjadi tidak signifikan setelah efikasi diri dimasukkan, karena kedua variabel sangat berkorelasi (r = 0,852). Penambahan kreativitas ke dalam model yang telah memuat efikasi diri hanya menaikkan R^2 sekitar 0,9 poin persentase (0,752 menjadi 0,761), sedangkan penambahan efikasi diri ke model yang telah memuat kreativitas menaikkannya sekitar 13,9 poin persentase (0,623 menjadi 0,761). Ketidaksignifikanan ini bertahan pada galat baku *robust*, interval *bootstrap*, dan kontrol pengalaman usaha (Tabel 13), sehingga bukan akibat pelanggaran asumsi semata.

Hasil ini berbeda dari Wang et al. (2021) yang melaporkan pengaruh kreativitas yang signifikan, dan dari Laguía et al. (2019) yang menemukan bahwa kreativitas masih menjelaskan varians tambahan di luar komponen TPB. Perbedaan tersebut mungkin berkaitan dengan teknik analisis (pemodelan persamaan struktural pada konstruk laten dibandingkan regresi pada skor jumlah), tingginya kolinearitas antarprediktor pada data ini, dan karakteristik sampel, tetapi penjelasan ini belum diuji dalam penelitian ini. Dalam kerangka TPB (Ajzen, 1991), gagasan kreatif membentuk sikap positif terhadap wirausaha, namun niat menguat ketika individu merasa mampu mewujudkannya. Analisis eksploratori mendukung penafsiran tersebut: sebagian besar efek total kreativitas berjalan melalui efikasi diri (Tabel 14), sejalan dengan peran mediasi efikasi diri yang dilaporkan Zhao et al. (2005) dan Laguía et al. (2019). Meski demikian, data *cross-sectional* tidak dapat membedakan urutan kausal; urutan sebaliknya, yakni efikasi diri yang mendorong kreativitas, tidak dapat dikesampingkan.

Temuan eksploratori bahwa kreativitas tampak lebih berkaitan dengan intensi pada mahasiswa yang belum pernah berusaha dapat ditafsirkan sebagai berikut: pada mahasiswa tanpa pengalaman, gagasan dan peluang yang dibayangkan menjadi sumber utama daya tarik wirausaha, sedangkan pada mahasiswa berpengalaman niat lebih ditentukan oleh keyakinan akan kemampuan yang telah teruji. Tafsiran ini masih bersifat dugaan dan memerlukan pengujian lebih lanjut dengan sampel yang lebih besar.

Pengelolah	:	Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri
Published by	:	Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv
Url	:	http://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/issue/view/2079

3. Pengaruh efikasi diri terhadap intensi berwirausaha

Efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha (B = 0,785; p < 0,001) dan merupakan prediktor dominan dengan koefisien terstandar 0,711 serta ukuran efek besar (f^2 = 0,58), sehingga hipotesis kedua terdukung. Setiap kenaikan satu poin efikasi diri diikuti kenaikan hampir 0,8 poin intensi, dan pengaruh ini tetap kuat pada seluruh uji ketahanan. Hasil ini konsisten dengan pandangan Bandura (1997) bahwa keyakinan terhadap kemampuan diri menentukan keberanian memilih dan bertahan menghadapi tugas berisiko. Mahasiswa yang yakin mampu mengeksekusi usaha, mengambil keputusan, serta menghadapi hambatan dan risiko cenderung memiliki niat berwirausaha yang lebih kuat.

Temuan ini juga sejalan dengan kajian yang menempatkan persepsi kemampuan dan kelayakan sebagai penentu utama niat (Krueger et al., 2000), dengan konsep kontrol perilaku yang dirasakan dalam TPB (Ajzen, 2002), dan dengan peran efikasi diri dalam pembentukan intensi (Zhao et al., 2005). Skor efikasi diri yang jauh lebih tinggi pada responden yang pernah berusaha (Tabel 15) selaras dengan gagasan bahwa pengalaman langsung merupakan sumber utama efikasi (Bandura, 1997), meskipun arah hubungan ini tidak dapat dipastikan karena mahasiswa dengan efikasi tinggi mungkin pula lebih cenderung mencoba berusaha. Rata-rata butir efikasi yang paling rendah, yaitu keyakinan menghadapi hambatan (X2.4), menunjukkan aspek yang paling perlu dikuatkan.

4. Pengaruh simultan dan daya prediksi model

Kreativitas dan efikasi diri secara simultan berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha (F = 133,897; p < 0,001) dengan R^2 = 0,761, sehingga hipotesis ketiga terdukung. Proporsi varians yang dijelaskan sebesar itu tergolong tinggi untuk penelitian perilaku. Namun, hasil ini bersifat korelasional pada data *cross-sectional* sehingga tidak dapat ditafsirkan sebagai hubungan sebab-akibat pasti. Seluruh variabel juga diukur dari satu angket yang diisi responden yang sama, sehingga korelasi yang tinggi dapat sebagian dipengaruhi bias metode bersama (*common method bias*; Podsakoff et al., 2003). Nilai R^2 yang tinggi juga dapat mencerminkan kemiripan isi butir efikasi diri dan intensi, misalnya keyakinan menjalankan usaha

dan kesediaan memilih usaha sebagai karier, sehingga pengukuran yang lebih beragam diperlukan pada penelitian lanjutan.

5. Implikasi

Implikasi teoretis. Hasil penelitian mendukung kedudukan efikasi diri sebagai komponen kontrol perilaku yang dirasakan dalam TPB yang paling kuat memprediksi intensi pada mahasiswa, sedangkan kreativitas lebih tepat dipandang sebagai faktor pendahulu yang bekerja terutama melalui keyakinan diri. Hal ini sejalan dengan pandangan TPB bahwa faktor personal memengaruhi intensi secara tidak langsung melalui determinan utamanya.

Implikasi praktis bagi perguruan tinggi. Program pembinaan kewirausahaan sebaiknya tidak hanya melatih kemampuan menemukan ide, tetapi terutama membangun keyakinan mahasiswa mengeksekusi ide. Sesuai sumber-sumber efikasi menurut Bandura (1997), hal ini dapat dilakukan melalui pengalaman keberhasilan langsung (praktik usaha nyata, proyek bisnis kecil, dan simulasi bisnis), pengamatan terhadap model (pendampingan oleh pelaku usaha dan alumni wirausaha), serta umpan balik yang membangun dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan risiko. Pelatihan kreativitas tetap relevan, terutama bagi mahasiswa yang belum memiliki pengalaman usaha karena pada kelompok ini kreativitas menunjukkan kaitan yang lebih jelas dengan intensi, namun sebaiknya dikombinasikan dengan kesempatan menguji gagasan agar kreativitas berkembang menjadi keyakinan.

Implikasi praktis bagi mahasiswa. Mahasiswa yang berniat berwirausaha disarankan tidak berhenti pada pengembangan ide, tetapi mencari pengalaman langsung sedini mungkin, misalnya dengan mencoba usaha berskala kecil atau mengikuti program inkubasi, sebab pengalaman semacam itu merupakan sumber keyakinan diri yang paling kuat.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 87 mahasiswa S1 rumpun ekonomi dan bisnis, tingkat kreativitas, efikasi diri, dan intensi berwirausaha mahasiswa tergolong sedang menuju tinggi. Rata-rata skor ketiga variabel berada pada batas bawah

Pengelolah	:	Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri
Published by	:	Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv
Url	:	http://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/issue/view/2079

kategori tinggi, dengan mayoritas responden berada pada kategori sedang hingga tinggi.

Secara parsial, kreativitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap intensi berwirausaha (B = 0,192; p = 0,075), sehingga hipotesis pertama tidak terdukung. Ketidaksignifikanan ini bertahan pada galat baku *robust*, interval *bootstrap*, dan kontrol pengalaman usaha, serta berkaitan dengan korelasi yang sangat tinggi antara kreativitas dan efikasi diri (r = 0,852). Sebaliknya, efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha (B = 0,785; p < 0,001) dan merupakan prediktor yang dominan, sehingga hipotesis kedua terdukung.

Secara simultan, kreativitas dan efikasi diri berpengaruh signifikan terhadap intensi berwirausaha (F = 133,897; p < 0,001), sehingga hipotesis ketiga terdukung. Keduanya menjelaskan 76,1% variasi intensi berwirausaha (R^2 = 0,761), dengan kontribusi unik yang jauh lebih besar berasal dari efikasi diri. Analisis eksploratori konsisten dengan keterkaitan tidak langsung kreativitas terhadap intensi melalui efikasi diri, meskipun desain *cross-sectional* tidak memungkinkan kesimpulan kausal.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, sampel diambil secara nonprobabilitas dengan jumlah terbatas sehingga hasil tidak dapat digeneralisasi ke seluruh mahasiswa. Kedua, desain *cross-sectional* tidak memungkinkan kesimpulan kausal, termasuk pada analisis mediasi eksploratori. Ketiga, seluruh variabel diukur melalui laporan diri dalam satu angket sehingga rentan terhadap bias metode bersama dan kecenderungan menjawab seragam (enam responden memberi skor 5 pada seluruh butir). Keempat, korelasi yang tinggi antara kreativitas dan efikasi diri (r = 0,852) membatasi pemisahan efek uniknya. Kelima, asumsi normalitas residual dan homoskedastisitas tidak terpenuhi, meskipun hasil konsisten pada estimasi *robust* dan *bootstrap*. Keenam, norma subjektif dan sikap sebagai determinan lain dalam TPB tidak diukur, dan skor jumlah butir Likert diperlakukan sebagai data interval, sedangkan analisis tambahan bersifat eksploratori.

Saran

Bagi perguruan tinggi, program pendidikan dan inkubasi kewirausahaan perlu menekankan penguatan efikasi diri melalui praktik usaha nyata, pendampingan oleh pelaku usaha, serta simulasi pengambilan keputusan dan pengelolaan risiko, di samping pengembangan kreativitas. Pelatihan kreativitas sebaiknya dikombinasikan dengan kesempatan menguji gagasan agar ide yang dihasilkan berkembang menjadi keyakinan untuk mewujudkannya. Bagi mahasiswa, disarankan melatih eksekusi ide, misalnya dengan memulai usaha berskala kecil selama masa studi atau mengikuti program inkubasi, agar niat berwirausaha berkembang menjadi tindakan nyata.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan memperbesar sampel dengan teknik probabilitas dan melibatkan beberapa perguruan tinggi, menambahkan variabel lain seperti norma subjektif, sikap, pendidikan kewirausahaan, dan dukungan keluarga, serta menguji efikasi diri sebagai variabel mediasi dan pengalaman usaha sebagai variabel moderasi melalui pemodelan persamaan struktural. Penggunaan data longitudinal atau sumber data ganda juga dianjurkan untuk mengurangi bias metode bersama dan menguji arah hubungan antarvariabel.

Daftar Pustaka

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology, 32*(4), 665–683. https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: W. H. Freeman.

Bisnis.com. (2025, 2 Oktober). Problematika program magang fresh graduate ketika sarjana makin sulit cari kerja. https://ekonomi.bisnis.com/read/20251002/9/1916820/problematika-program-magang-fresh-graduate-ketika-sarjana-makin-sulit-cari-kerja

Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing, 13*(4), 295–316. https://doi.org/10.1016/S0883-9026(97)00029-3

Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika, 16*(3), 297–334. https://doi.org/10.1007/BF02310555

Durbin, J., & Watson, G. S. (1951). Testing for serial correlation in least squares regression. II. *Biometrika, 38*(1–2), 159–177. https://doi.org/10.1093/biomet/38.1-2.159

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Glejser, H. (1969). A new test for heteroskedasticity. *Journal of the American Statistical Association, 64*(325), 316–323. https://doi.org/10.1080/01621459.1969.10500976

Green, S. B. (1991). How many subjects does it take to do a regression analysis? *Multivariate Behavioral Research, 26*(3), 499–510. https://doi.org/10.1207/s15327906mbr2603_7

Guilford, J. P. (1950). Creativity. *American Psychologist, 5*(9), 444–454. https://doi.org/10.1037/h0063487

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Andover, Hampshire: Cengage Learning.

Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing, 15*(5–6), 411–432. https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0

Kumparan. (2026, 5 Agustus). Pengangguran lulusan sarjana tembus lebih dari 1 juta hingga Mei 2026. https://kumparan.com/kumparanbisnis/pengangguran-lulusan-sarjana-tembus-lebih-dari-1-juta-hingga-mei-2026-27vWPkweR9U

Laguía, A., Moriano, J. A., & Gorgievski, M. J. (2019). A psychosocial study of self-perceived creativity and entrepreneurial intentions in a sample of university students. *Thinking Skills and Creativity, 31*, 44–57. https://doi.org/10.1016/j.tsc.2018.11.004

Lilliefors, H. W. (1967). On the Kolmogorov-Smirnov test for normality with mean and variance unknown. *Journal of the American Statistical Association, 62*(318), 399–402. https://doi.org/10.1080/01621459.1967.10482916

Liñán, F., & Chen, Y.-W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice, 33*(3), 593–617. https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x

Long, J. S., & Ervin, L. H. (2000). Using heteroscedasticity consistent standard errors in the linear regression model. *The American Statistician, 54*(3), 217–224. https://doi.org/10.1080/00031305.2000.10474549

Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.

Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J.-Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology, 88*(5), 879–903. https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.5.879

Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods, 40*(3), 879–891. https://doi.org/10.3758/BRM.40.3.879

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review, 25*(1), 217–226. https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611

Shapiro, S. S., & Wilk, M. B. (1965). An analysis of variance test for normality (complete samples). *Biometrika, 52*(3–4), 591–611. https://doi.org/10.1093/biomet/52.3-4.591

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Torrance, E. P. (1974). *Torrance tests of creative thinking: Norms-technical manual*. Lexington, MA: Personnel Press.

Wang, J., Murad, M., Bajun, F., Tufail, M. S., Mirza, F., & Rafiq, M. (2021). Impact of entrepreneurial education, mindset, and creativity on entrepreneurial intention: Mediating role of entrepreneurial self-efficacy. *Frontiers in Psychology, 12*, 724440. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.724440

Ward, T. B. (2004). Cognition, creativity, and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing, 19*(2), 173–188. https://doi.org/10.1016/S0883-9026(03)00005-3

White, H. (1980). A heteroskedasticity-consistent covariance matrix estimator and a direct test for heteroskedasticity. *Econometrica, 48*(4), 817–838. https://doi.org/10.2307/1912934

Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. *Journal of Applied Psychology, 90*(6), 1265–1272. https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265.

Pengelolah	:	Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri
Published by	:	Penerbit dan Percetakan CV. Picmotiv
Url	:	http://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/issue/view/2079