

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Teoritis

Menurut Bhattacharje tujuan utama dari ilmu pengetahuan adalah untuk menciptakan pengetahuan ilmiah, yang berdasarkan pada penggunaan teori-teori yang telah ada untuk menjelaskan fenomena atau perilaku yang menarik melalui penerapan metode secara ilmiah (Bhattacharje, 2012). Dengan membahas perilaku terhadap technopreneurship, dengan menggunakan model-model teoritis yang mendasari sikap dan mengukur sikap manusia yang diharapkan akan memberikan kontribusi dengan membawa pengetahuan baru kepada komunitas ilmiah dan menuntun pengembangan ilmu dengan teori yang lebih baik.

2.1.1. Teori Perilaku

Ajzen dan Fishbein memodelkan teori mengenai tindakan beralasan atau theory of reasoned action (TRA) pada tahun 1980. Menurut teori ini apabila manusia mengevaluasi perilaku yang disarankan sebagai hal positif (bisa disebut *attitude* atau sikap), dan apabila mereka berfikir bahwa orang lain menginginkan untuk melakukan sebuah perilaku (bisa disebut norma subyektif), hal ini akan menghasilkan sebuah niatan (bisa disebut sebagai motivasi) dan ada kemungkinan besar untuk melakukannya. TRA lebih banyak membahas mengenai perilaku sukarela. Teori ini kemudian berkembang lebih lanjut menjadi teori perilaku berencana atau theory of planned behaviour (Ajzen, 1985, 1991), dikarenakan pada perilaku ternyata tidak bisa mencapai 100% ketika dilakukan secara sukarela dan dikontrol. Theory of planned

behaviour (TPB) merupakan sebuah teori yang memprediksi perilaku yang disengaja, karena perilaku dapat dipertimbangkan dan direncanakan.

TRA menyarankan bahwa perilaku seseorang ditentukan oleh niat untuk melaksanakan perilaku dan niat sehingga pada gilirannya berfungsi dari sikap terhadap perilaku dan norma subyektif dirinya. Prediktor terbaik dari perilaku adalah niat. *Intention* (niat) adalah representasi kognitif dari kesiapan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu, dan hal tersebut dianggap sebagai anteseden langsung dari perilaku. *Intention* ditentukan oleh tiga hal, yaitu sikap terhadap perilaku tertentu, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan seseorang. TPB menyatakan bahwa sikap tertentu terhadap sebuah perilaku dapat diharapkan untuk memprediksi perilaku tersebut. Selain mengukur sikap terhadap perilaku, juga perlu mengukur norma subjektif seseorang atau keyakinan mereka tentang bagaimana orang lain yang mereka sayangi akan melihat perilaku yang bersangkutan. Untuk memprediksi *intention* seseorang, dengan mengetahui keyakinan ini bisa menjadi hal yang sama pentingnya dengan mengetahui sikap seseorang. Akhirnya, persepsi kontrol perilaku dapat mempengaruhi *intention*. Persepsi kontrol perilaku lebih mengacu kepada persepsi masyarakat mengenai kemampuan mereka untuk melakukan perilaku tertentu. Prediktor ini akan dapat mengarah kepada *intention*.

2.1.2. *Perceived Desirability*

Desirability adalah keadaan dimana seseorang ingin memiliki atau melakukan sesuatu (Oxford online dictionaries, 2016) dan menurut Goolwitzer dan Moskowitz (dalam Royen, Poels, Daelemans, dan Vandebosch, 2015) lebih mengacu pada

tingkat nilai yang diharapkan, ketertarikan atau pentingnya sebuah tujuan. Zerbe dan Paulhus (dalam Kam, Risavy, dan Perunovic, 2015) mengemukakan bahwa *desirability* telah dikonseptualkan sebagai suatu kecenderungan individu untuk menampilkan diri secara positif terhadap norma-norma sosial standar pada saat ini.

Variabel *perceived desirability* terdiri dari dua komponen yang menarik yang diambil dari *Theory of Planned Behaviour* (TPB) yaitu "*attitude toward the act*" dan "norma sosial", akan tetapi keduanya tidak memiliki hubungan satu sama lain. Dalam konsep pertama yang berhubungan dengan *attitude toward the act* adalah perkiraan dari masing-masing individu dalam menemukan sesuatu hal yang menarik, yang kemudian sangat bergantung setidaknya pada pengaruh pribadi dari hasil yang didapatkan dari perilaku target. Disini harus dibedakan antara hasil yang baik dan hasil yang buruk. Sampai manakah seorang individu akan tertarik untuk bekerja diluar sistem akan menjadi isu kritis dimana akan menentukan jenis usaha yang akan digeluti nantinya.

Konsep kedua yang berhubungan dengan norma sosial yang sangat terikat dengan persepsi mengenai orang penting dalam hidup kita akankah memikirkan untuk membuat sebuah usaha baru (Krueger Jr dan Brazeal, 1994).

2.1.3. *Perceived Feasibility*

Feasibility adalah kualitas untuk menjadi mungkin dan kemungkinannya untuk dicapai (Oxford Online Dictionaries, 2016) dan menurut Goolwitzer dan Morkowitz (dalam Royen, Poels, Daelemans, dan Vandebosch, 2015) menjabarkan sesuatu yang dioperasionalkan sebagai kemungkinan di dalam mencapai sebuah tujuan.

Perceived Feasibility atau juga disebut *perceived self-efficacy* adalah persepsi kemampuan seseorang untuk menyelesaikan beberapa perilaku tujuan yang nampak penting di dalam memahami niatan sebuah perilaku yang telah direncanakan sebelumnya dengan mempengaruhi niatan melalui persepsi berdasarkan situasi. Sedangkan di dalam konteks karir atau pekerjaan, *self-efficacy* adalah persepsi akan kapabilitas personal untuk melakukan pekerjaan khusus atau sekumpulan tugas (Krueger Jr dan Brazeal, 1994).

Untuk meningkatkan *self-efficacy* bukan hanya dari sekedar kompetensi pengajaran dimana pelajar dan siswa pelatihan harus secara maksimal menguasai kompetensi yang diharapkan melalui persepsi akan sebuah penguasaan. Dimana dukungan psikologis dan emosional nantinya dapat meningkatkan *self-efficacy* (Krueger Jr dan Brazeal, 1994).

2.1.4. Creativity

Creativity adalah kemampuan seseorang dalam menggunakan keahlian dan imajinasinya untuk menghasilkan sesuatu hal yang baru atau menghasilkan suatu karya seni (Oxford Dictionaries Online, 2016). Dalam beberapa kegiatan banyak yang bahkan berkomentar bahwa kreatifitas dan originalitas lebih penting dibandingkan kemampuan dan kecakapan teknis.

Amabile (Moussa, 2014) mendefinisikan *creativity* sebagai hasil karya apapun dari sebuah ide yang baru, dalam bentuk sebuah produk, layanan, proses dan prosedur yang dapat mengarah kepada perubahan yang menarik dalam sebuah organisasi. Menurut Scott dan Bruce (Moussa, 2014) *creativity* individual dianggap sebagai sebuah determinan dari kemampuan inovasi dari sebuah perusahaan.

Dengan mendukung *creativity* individual dari karyawan di dalam perusahaan akan memungkinkan untuk lebih memahami kebutuhan pelanggan dan membuat kegiatan proses dan pengembangan produk selalu beradaptasi di lingkungan masyarakat yang terus meningkat dan semakin banyak permintaan. Grewal (Moussa, 2014) menyatakan bahwa kesuksesan dari perusahaan sangat berkaitan erat dengan kemampuan kreatif karyawan untuk menyelesaikan permasalahan pelanggan secara efektif.

Menurut Stenberg dalam bukunya *Handbook of Creativity* (Furnham, Zhang, dan Chamorro-Premuzic, 2005-2006) terdapat 5 hal mengenai *creativity* yang berhubungan dengan kecerdasan seseorang yaitu pertama adalah *creativity* merupakan bagian dari kecerdasan, kedua adalah kecerdasan merupakan bagian dari *creativity*, ketiga dimana kecerdasan dan *creativity* adalah hal yang sama, yang keempat kecerdasan dan *creativity* sangat berbeda dan tidak memiliki korelasi, dan kelima yang sangat populer bahwa keduanya adalah pasangan yang saling tumpang tindih.

Dibelakang semua inovasi yang ada pasti akan ditemukan sebuah *creativity*, dan inovasi dapat muncul karena adanya sebuah kebiasaan sehingga *creativity* adalah sebuah kebiasaan. Orang yang kreatif adalah seseorang yang memiliki kemauan dan mampu secara metafora membeli secara murah dan menjual mahal di ranah ide. Maksud dari membeli secara murah adalah mengejar ide-ide yang belum diketahui atau tidak menarik, akan tetapi memiliki potensi untuk berkembang lebih jauh (Stenberg, *The Assessment of Creativity: An Investment-Based Approach*, 2012).

Terdapat 8 jenis kontribusi *creativity* yang terbagi dalam 3 kategori utama yaitu kontribusi yang menerima paradigma saat ini, kontribusi yang menolak paradigma saat ini, dan paradigma yang mencoba untuk mengintegrasikan beberapa paradigma saat ini (Sternberg, 2006) yaitu:

1. **Replikasi** yang merepresentasikan gerak stasioner, seperti roda yang bergerak tapi tetap berada ditempatnya.
2. **Redefinisi** yang seperti gerak propulsi mengarah ke gerakan melingkar, sehingga karya kreatif mengarah kembali ke bidang kerja akan tetapi seolah-olah dilihat dengan cara yang berbeda.
3. **Forward incrementation** yang berkontribusi seperti gerak propulsi yang melangkah maju kedepan.
4. **Advance forward incrementation** yang bergerak secara propulsi yang melangkah maju kedepan kemudian dipercepat melebihi dari harapan yang diinginkan.
5. **Redireksi** yang arah gerak propulsi mengarah berbalik daripada yang ada saat ini.
6. **Rekonstruksi/Redireksi** yang bergerak secara propulsi terbalik kemudian diredireksi ulang.
7. **Reinisiasi** yang seperti gerak propulsi dari titik permulaan dalam arah yang berbeda dari bidang yang ingin dikejar.
8. **Integrasi** yang mengkombinasikan dua pendekatan berbeda yang saling berhubungan.

William dan Askland (Onsman, 2016) menyatakan bahwa *creativity* secara umum telah dianggap menjadi landasan arsitektur, dan sebagian besar dari tujuan dari program universitas sebagai atribut lulusan yang diharapkan atau hasil pembelajaran yang diinginkan. Bahkan Plucker, Beghetto dan Dow (Onsman, 2016) menyampaikan bahwa *creativity* adalah interaksi antara bakat, proses dan lingkungan dimana seorang individu atau kelompok menghasilkan produk yang dapat dilihat atau dimengerti baik dianggap asing maupun yang berguna sebagaimana didefinisikan dalam konteks sosial. Hal tersebut menunjukkan bahwa *creativity* melibatkan proses manusia yang mengarah pada sebuah munculnya sebuah produk atau layanan.

2.1.5. Entrepreneurship

Entrepreneurship adalah salah satu cara untuk berpikir, berpikir bagaimana lebih menekankan kepada kesempatan daripada ancaman yang ada (Krueger Jr, Reilly, dan Carsrud, 2000) dan merupakan praktek secara konsisten atau terus-menerus dalam merubah ide-ide yang baik kedalam usaha secara komersil yang menguntungkan (Drucker, 1985). *Entrepreneurship* adalah sebuah praktik membuat organisasi baru, dimana sebagian besar usaha baru yang baru dimulai umumnya adalah untuk menanggapi adanya peluang yang mulai diakui (Hunjra, Ahmad, Kashif-Ur-Rehman, dan Safwan, 2011). Menurut Stevenson, Roberts, dan Frousbeck (dalam Krueger Jr dan Brazeal, 1994) bahwa *entrepreneurship* didefinisikan sebagai mengejar kesempatan yang ada terlepas dari sumber daya yang dimiliki.

Topik mengenai *entrepreneurship* telah menjadi satu bidang yang saat ini banyak diteliti dalam berbagai macam disiplin ilmu sosial dan menjadi perhatian utama dari kebijakan ekonomi. Harulah diingat bahwa sistem ekonomi harus selalu

beradaptasi sesuai dengan perubahan kondisi, adanya inovasi produk dan layanan, penciptaan lapangan pekerjaan, dan pertumbuhan ekonomi dapat diasumsikan akan sangat bergantung kepada kesiapan dan keinginan dari manusia untuk mulai memiliki bisnis pribadi dan kepada kemampuan dari pendiri usaha dan upaya yang dilakukan untuk menyukseskan usaha yang dijalankan tersebut. Hal ini terutama berlaku di bidang teknologi baru dimana kegiatan kewirausahaan menuntut pengetahuan tingkat tinggi dalam menerapkan penelitian dan pengembangan (*R&D*) dan kreatifitas yang tinggi untuk bisa mengambil keuntungan dari ceruk pasar (Brandstätter, 2010).

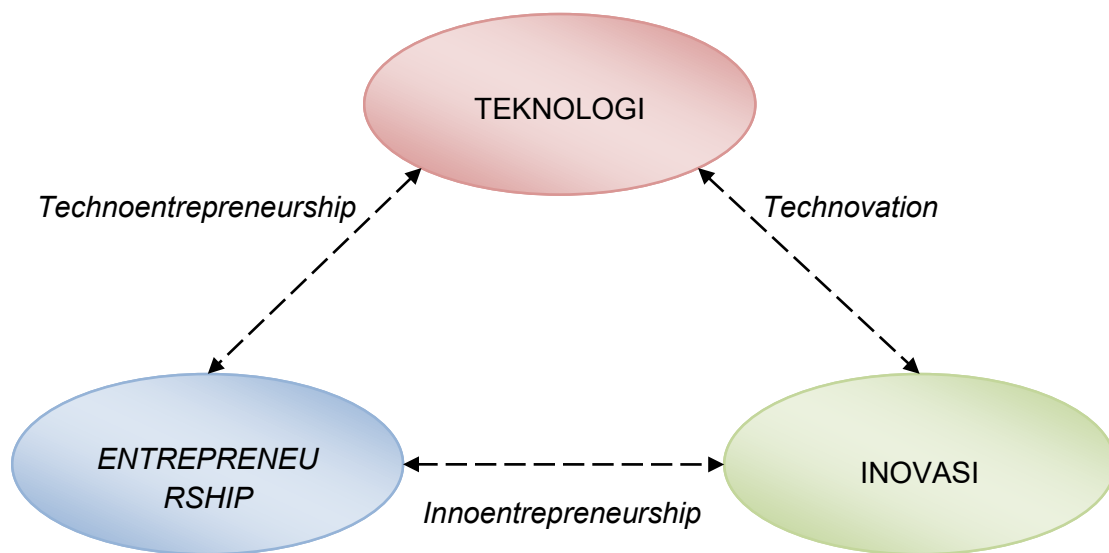
2.1.6. *Technopreneurship*

Technopreneurship adalah gabungan dari *entrepreneurship* dan teknologi dimana bukan hanya pengaruh dari teknologi pada bisnis akan tetapi lebih mengarah pada proses dimana kemajuan dalam kehidupan manusia dapat terjadi. *Technopreneurship* adalah penggunaan teknologi sebagai bagian terintegrasi dan elemen kunci dalam transformasi dari barang dan jasa (Licera, 2016).

Technopreneurship merupakan disiplin lintas ilmu yang membahas tiga keminatan yaitu teknologi, *entrepreneurship*, dan inovasi, bukan hanya antara teknologi dan inovasi (Scarlat, 2014). Konsep ini bukan hanya sekedar area keilmuan interdisipliner yang saling tumpah tindih satu sama lainnya akan tetapi sebagai trend alami dimana penggabungan antara tiga bidang keilmuan yang berbeda kepentingan.

Meskipun hanya menggunakan gabungan dari kata *entrepreneurship* dan teknologi, tidak dapat dipungkiri bahwa dalam beberapa pengertian juga melibatkan komponen inovasi di dalamnya. Pelaku *technopreneurship* atau disebut *technopreneur* akan mengeksploitasi pengetahuan dan kemampuan khusus mereka

dengan mengubahnya menjadi produk dan layanan baru yang sering disebut sebagai kemampuan kombinasi. Perusahaan *technopreneurial* dapat mewujudkan pengetahuan dan teknologi yang berbeda dalam proses organisasi dan produk yang berbeda-beda, dan lebih jauh lagi perusahaan-perusahaan tersebut harus mengintegrasikan pengetahuan dan teknologi dalam kegiatan inovasi untuk mengkhususkan upaya inovasi mereka (Mohannak dan Matthews, 2013).



Gambar II.1 Model Konseptual antara teknologi, inovasi, *entrepreneurship* dan hubungannya (Scarlat, 2014).

Aspek terpenting dari *technopreneurship* yang perlu untuk diperhatikan (Bailetti, 2012) antara lain adalah:

- i. Adanya saling ketergantungan antara keilmuan dan perubahan teknologi dan seleksi dan pengembangan kombinasi, aset, dan atribut aset baru.
- ii. Bias dalam literatur mengenai *entrepreneurship*.

- iii. Konseptualisasi *technopreneurship* sebagai investasi dalam proyek daripada pengakuan kesempatan atau pembentukan usaha, dan
- iv. Menghubungkan diantara *technopreneurship*, teori keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, dan teori perusahaan.

2.1.7. Inovasi

Inovasi adalah hasil dari analisis, review sistematis dan kerja keras yang dapat diajarkan, direplikasi dan dipelajari (Drucker, 1985). Inovasi secara sistematis dimulai dari analisis kesempatan kemudian melakukan pencarian yang terorganisir dan dilakukan terus menerus. Agar sukses inovasi haruslah sederhana dan fokus, hanya melakukan satu hal jika tidak akan membingungkan dan tidak akan berhasil. Inovasi yang efektif dimulai dari hal yang kecil dan tidak harus mencoba untuk menjadi pintar.

2.1.8. Intention

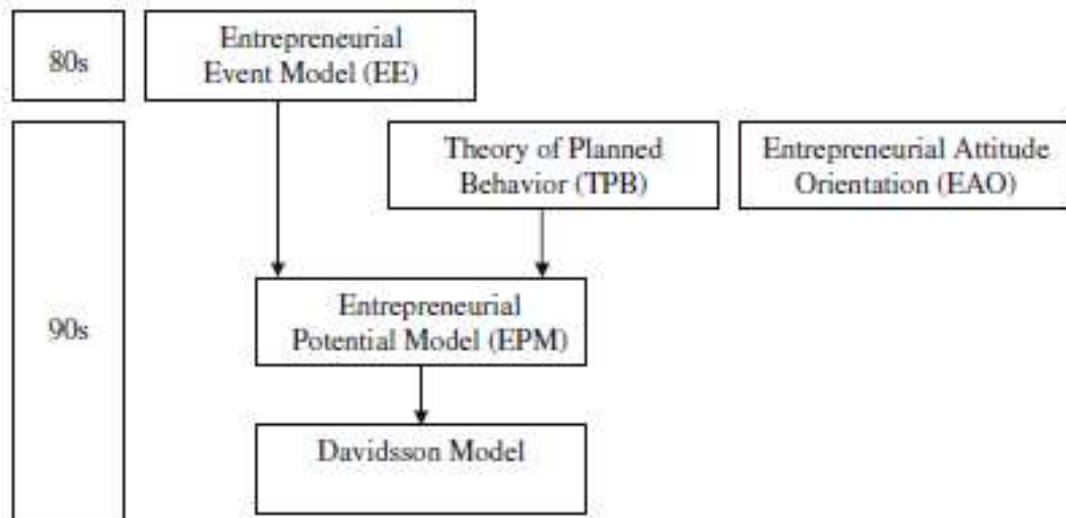
Intention adalah kondisi mental yang merepresentasikan sebuah komitmen untuk menyelesaikan sebuah tugas atau tugas di masa mendatang, yang melibatkan aktifitas mental seperti perencanaan dan pemikiran ke masa depan (Bratman, 1987). Dari sisi psikologis *intention* dan perilaku memiliki kedekatan, dimana para psikolog berusaha memahami faktor yang mempengaruhi dalam proses pembentukan *intention* dan menampilkan perilaku tertentu.

Teori mengenai *Reasoned Action* dan *Planned Behaviour* (TPB) merupakan dua teori yang cukup lengkap dalam menjebarkan keterbatasan dari variabel psikologi yang dapat mempengaruhi perilaku yaitu: *intention*, sikap terhadap perilaku, norma subyektif, persepsi kontrol perilaku, dan perilaku, kepercayaan kontrol dan normatif. (Madden, Ellen, dan Ajzen, 1992).

Dalam TRA, *intention* dipengaruhi oleh sikap seseorang terhadap menampilkan perilaku dan norma subyektif. Akan tetapi tingkat dari persepsi kontrol dipercayai sangat berpengaruh terhadap perilaku *intention* bersama-sama dengan sikap dan norma subyektifnya, seperti yang dijabarkan dalam TPB.

2.2. Tinjauan Empiris

Sebagian besar tujuan umum dari para peneliti adalah mengembangkan teori baru atau untuk menguji teori yang sudah ada. Dalam beberapa dekade di tahun 80 dan 90an beberapa model mengenai evolusi dan fenomena dari *entrepreneurship intention* (Guerrero, Rialp, dan Urbano, 2008) ditunjukkan pada gambar 2.2. berikut:



Gambar II.2 Evolusi dari model-model *entrepreneurial intention*

Penelitian Fitzsimmons dan Douglas (2010)

Penelitian ini menelaah pengaruh interaksi dalam framework harapan, menghipotesiskan pengaruh interaksi negatif antara *perceived desirability* dan *perceived feasibility* berdasarkan teori fokus regulasi. Sampel yang banyak diambil dari beberapa negara telah mengkonfirmasi adanya interaksi negatif, dan

menyarankan sebuah tipologi terkini tentang *entrepreneurs* yaitu *entrepreneurs* alami, *entrepreneurs* kebetulan, dan *entrepreneurs* yang terpaksa.

Tabel II.1 Penelitian Fitzsimmons dan Douglas (2010)

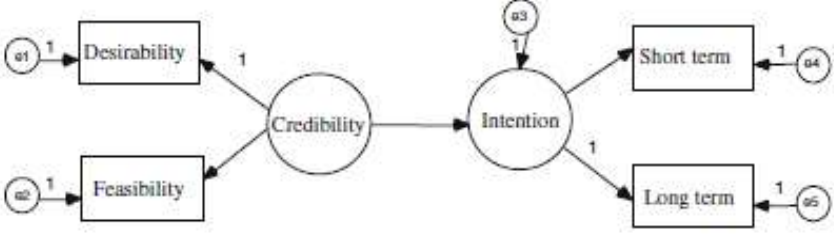
1	Nama Peneliti	Jason R. Fitzsimmons, Evan J. Douglas
2	Judul	<i>Interaction between feasibility and desirability in the formation of entrepreneurial intentions</i>
3	Tahun	2010
4	Tujuan Penelitian	a. Menguji apakah <i>perceived feasibility</i> dan <i>perceived desirability</i> memiliki pengaruh terhadap <i>entrepreneurial intentions</i> .
5	Metode	Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif menggunakan survei kuesioner pada 414 mahasiswa Magister Administrasi Bisnis Yang mengambil mata kuliah <i>Entrepreneurship</i> di Australia, China, India atau Thailand.
6	Pemodelan	--
7	Kesimpulan	a. Entrepreneurial intention individu memiliki pengaruh positif baik pada <i>perceived feasibility</i> dan <i>perceived desirability</i> . b. Adanya pengaruh negatif antara <i>perceived feasibility</i> dan <i>perceived desirability</i> dalam menentukan kekuatan dari niatan untuk bekerja sendiri.

Penelitian Guerrero, Rialp, dan Urbano (2008)

Penelitian ini berfokus pada analisis hubungan antara *desirability* dan *feasibility* terhadap *intention* mahasiswa untuk membuat perusahaan baru di Catalonia, Spanyol. *Structural Equation Model* digunakan untuk mendukung Model Krueger dan Brazeal dengan menguji kelompok mahasiswa yang berbeda-beda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa mempertimbangkan keinginan untuk membuat perusahaan baru, meskipun kemampuan yang dimiliki tidak positif. Juga terdapat bukti statistik yang menunjukkan signifikansi dan hubungan positif antara *credibility* dan *intention* untuk menciptakan perusahaan baru.

Tabel II.2 Penelitian Guerrero, Rialp, dan Urbano (2008)

1	Nama Peneliti	Maribel Guerrero, Josep Rialp, David Urbano
2	Judul	<i>The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model</i>
3	Tahun	2008
4	Tujuan Penelitian	<ul style="list-style-type: none"> a. Menguji apakah motivasi intrinsik memiliki pengaruh pada keinginan mahasiswa untuk memulai bisnis baru. b. Menguji apakah lingkungan normatif (norma sosial) memiliki pengaruh pada keinginan mahasiswa untuk memulai bisnis baru. c. Apakah kapasitas pribadi mempunyai pengaruh pada <i>feasibility</i> untuk memulai bisnis baru. d. Apakah lingkungan mempunyai pengaruh pada <i>feasibility</i> untuk memulai bisnis baru.

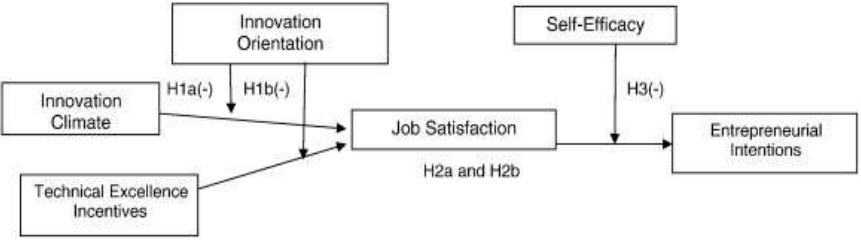
5	Metode	Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif menggunakan survei kuesioner dari 33.139 mahasiswa tahun ke 2 sampai dengan ke 5.
6	Pemodelan	 <p style="text-align: center;">Gambar II.3 Model Guererro, Rialp, dan Urbano (2008)</p>
7	Kesimpulan	<p>a. Motivasi intrinsik memiliki pengaruh positif pada keinginan mahasiswa untuk memulai bisnis baru.</p> <p>b. Lingkungan normatif (norma sosial) memiliki pengaruh positif pada keinginan mahasiswa untuk memulai bisnis baru.</p> <p>c. Kapasitas pribadi mempunyai pengaruh positif pada <i>feasibility</i> untuk memulai bisnis baru.</p> <p>d. Lingkungan mempunyai pengaruh positif pada <i>feasibility</i> untuk memulai bisnis baru.</p>

Penelitian Lee, Wong, Foo dan Leung (2011)

Tujuan individu untuk mengejar karir *entrepreneurial* dapat berasal dari lingkungan kerja dan faktor personal. Dengan menggambarkan entrepreneurial intentions dan literatur manusia-lingkungan, kemudian mengaplikasikan perspektif multilevel, dan menguji mengapa seseorang ingin meninggalkan pekerjaan mereka untuk memulai bisnis baru. Temuan dari sampel sebanyak 4192 tenaga IT profesional

di Singapura menunjukkan bahwa lingkungan kerja dengan iklim inovasi yang tak baik dan atau kurangnya dorongan keunggulan teknis mempengaruhi entrepreneurial intention, melalui kepuasan kerja yang rendah.

Tabel II.3 Penelitian Lee, Wong, Foo dan Leung (2011)

1	Nama Peneliti	Lena Lee, Poh Kam Wong, Maw Der Foo, dan Aegean Leung
2	Judul	<i>Entrepreneurial intentions: The influence of organizational and individual factors</i>
3	Tahun	2011
4	Tujuan Penelitian	a. Faktor yang mempengaruhi niat IT profesional untuk meninggalkan pekerjaan mereka dan memulai perusahaan baru.
5	Metode	Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif menggunakan survei kuesioner dari 4192 tenaga IT profesional dari perusahaan pengguna IT, vendor IT, dan organisasi pemerintah di Singapura.
6	Pemodelan	 <p style="text-align: center;">Gambar II.4 Lee, Wong, Foo dan Leung (2011)</p>
7	Kesimpulan	a. Rendahnya kepuasan kerja masih kurang untuk menjelaskan <i>entrepreneurial intention</i> .

		b. Keyakinan akan kompetensi pekerjaan menyediakan motivasi tambahan yang cukup bagi karyawan yang mengalami kepuasan kerja yang rendah untuk mempertimbangkan entrepreneurship sebagai pilihan karir alternatif.
--	--	---

Penelitian Antonio, Lanawati, Wiriana, dan Christina (2014)

Profil mahasiswa sangat penting bagi pendidikan terutama dalam pendidikan *entrepreneurship*. Universitas Ciputra telah mendesain profil mahasiswa yang terdiri dari beberapa karakter dan sifat yang memiliki peran penting untuk mencapai tujuan proses pendidikan. Penelitian ini berusaha mencari korelasi dari tiga karakteristik kreatifitas, kecerdasan dan personalitas serta pencapaian entrepreneurship dari mahasiswa ketika lulus dari kuliah.

Tabel II.4 Penelitian Antonio, Lanawati, Wiriana, dan Christina (2014)

1	Nama Peneliti	Tony Antonio, Sri Lanawati, T.A. Wiriana, dan Lucy Christina
2	Judul	<i>Correlations Creativity, Intelligence, Personality, and Entrepreneurship Achievement</i>
3	Tahun	2014
4	Tujuan Penelitian	a. Mengetahui faktor yang mempengaruhi pencapaian <i>entrepreneurship</i> untuk memilih kandidat prospektif dan mendesain kurikulum <i>entrepreneurship</i> untuk menjamin faktor keberhasilan dari pendidikan <i>entrepreneurship</i> .

5	Metode	Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif menggunakan survei kuesioner pada 283 lulusan universitas ciputra.
6	Pemodelan	--
7	Kesimpulan	a. Korelasi signifikan antara tingkat personalitas dan pencapaian entrepreneurship dari lulusan.

Penelitian Edwards-Schachter, García-Granero, Sánchez-Barrioluengo, Quesada-Pineda, dan Amara (2015)

Kreatifitas, Inovasi dan *Entrepreneurship* telah diakui sebagai hal penting untuk mengembangkan budaya *entrepreneurial*, akan tetapi hubungan dari pendekatan berbasis kompetensi masih belum dipahami dengan baik. Penelitian ini memberikan kontribusi pada debat yang masih berlangsung mengenai sifat dasar dari kompetensi *entrepreneurial* yang secara kritis menganalisa teori yang mendasari keterkaitan tersebut. Penulis menyajikan argumen pada Teori kognitif sosial dan Konstruktivism sosial untuk menjelaskan perkembangan dari Kreatifitas, Inovasi dan *Entrepreneurship* sebagai sebuah kompetensi meta.

Tabel II.5 Penelitian Edwards-Schachter, García-Granero, Sánchez-Barrioluengo, Quesada-Pineda, dan Amara (2015)

1	Nama Peneliti	Mónica Edwards-Schachter, Ana García-Granero, Mabel Sánchez-Barrioluengo, Henry Quesada-Pineda, dan Nabil Amara
---	---------------	---

2	Judul	<i>Disentangling competences: Interrelationships on creativity, innovation and entrepreneurship</i>
3	Tahun	2015
4	Tujuan Penelitian	<p>a. Apakah yang menjadi definisi terkini dari kompetensi <i>entrepreneurial</i> dalam kreatifitas dan inovasi sehingga berpengaruh pada <i>entrepreneurship</i>.</p> <p>b. Bagaimana kreatifitas, inovasi dan <i>entrepreneurship</i> dapat dipahami dengan menggunakan pendekatan berbasis kompetensi.</p> <p>c. Bagaimana anggapan mahasiswa pada Kreatifitas, Inovasi terhadap <i>Entrepreneurship</i> dan apakah akan berkembang ataukah ditingkatkan oleh sistem pendidikan.</p>
5	Metode	Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif menggunakan survei kuesioner pada 196 mahasiswa teknik, dengan 120 berasal dari Spanyol dan 76 dari Amerika Serikat.
6	Pemodelan	--
7	Kesimpulan	<p>a. Sebagian besar beranggapan bahwa kontribusi dari sistem pendidikan dalam mengembangkan kompetensi <i>entrepreneurship</i> sangatlah rendah di Spanyol dibandingkan dengan Amerika Serikat.</p> <p>b. Pentingnya untuk memahami elemen dan konstitusi dari kompetensi dari Kreatifitas, Inovasi dan</p>

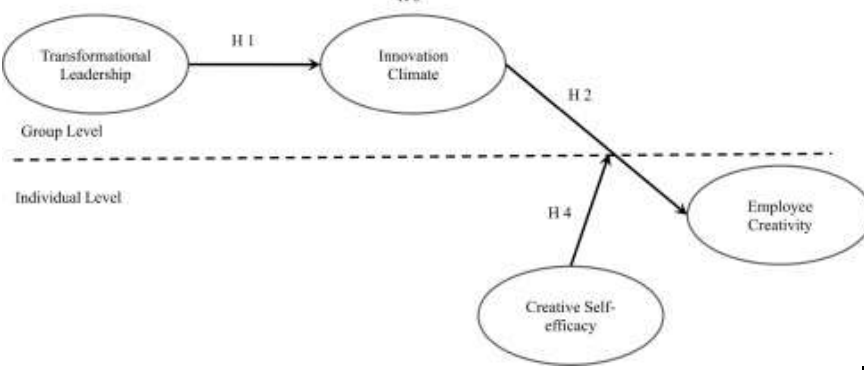
		<i>Entrepreneurship</i> sehingga perlu untuk ditingkatkan dan diatasi tantangan untuk membantu mengembangkan <i>Entrepreneurship</i> .
--	--	--

Penelitian Jaiswal dan Dhar (2015)

Dengan menyoroti implikasi dari kepemimpinan transformasional, penelitian ini mengkaji peran kepemimpinan transformasional dalam memprediksi kreatifitas karyawan. Penelitian ini juga mengkaji iklim inovasi sebagai variabel antara dan *creative self-efficacy* sebagai variabel moderasi. Sebuah penelitian dilakukan pada sampel termasuk 372 karyawan dan atasan langsung mereka yang menunjukkan bahwa pemimpin transformasional dapat menumbuhkan iklim untuk inovasi yang mendorong kreatifitas karyawan.

Tabel II.6 Penelitian Jaiswal dan Dhar (2015)

1	Nama Peneliti	Neeraj Kumal Jaiswal dan Rajib Lochan Dhar
2	Judul	<i>Transformational leadership, innovation climate, creative self-efficacy and employee creativity: A multilevel study</i>
3	Tahun	2015
4	Tujuan Penelitian	<p>a. Menguji peran kepemimpinan transformasional dalam memprediksikan kreatifitas diantara karyawan penghubung pelanggan dari turis hotel.</p> <p>b. Mempelajari intervensi peran iklim inovasi dan <i>creative self-efficacy</i></p>

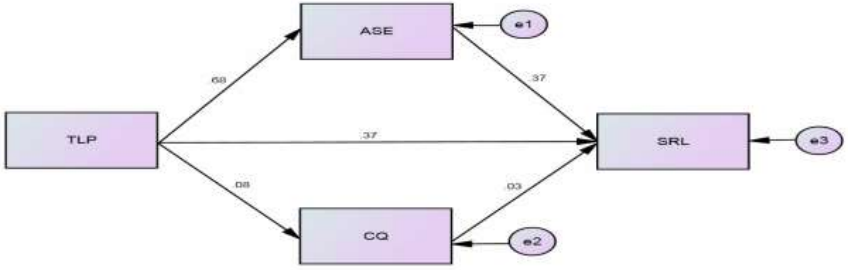
5	Metode	Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif menggunakan survei kuesioner pada 372 karyawan beserta atasan langsung
6	Pemodelan	 <p style="text-align: center;">Gambar II.5 Model Jaiswal dan Dhar (2015)</p>
7	Kesimpulan	<p>a. Temuan penelitian memberikan petunjuk untuk manajer hotel supaya merubah kebijakan dan lingkungan kerja supaya karyawan merasakan dukungan dari organisasi dan atasan langsung mereka, agar memiliki kinerja yang kreatif.</p> <p>b. Manajer hotel perlu untuk mendesain program pelatihan dan sesi konseling untuk karyawan kontak pelanggan supaya mereka mampu bekerja secara kreatif.</p>

Penelitian Mulyadi, Basuki dan Rahardjo (2016)

Tutorial System Perception, Academic Self-Efficacy, dan Creativity diasumsikan sebagai faktor yang mempengaruhi *Self-Regulated Learning* pada siswa yang menempuh jalur pendidikan *homeschooling*. Penelitian ini berusaha mencari pengaruh dari *Tutorial System Perception, Academic Self-Efficacy, dan Creativity*

memiliki pengaruh yang simultan terhadap *Self-Regulated Learning* dari siswa *homeschooling*.

Tabel II.7 Penelitian Mulyadi, Basuki dan Rahardjo (2016)

1	Nama Peneliti	Seto Mulyadi, Heru A.M. Basuki dan Wahyu Rahardjo
2	Judul	<i>Student's Tutorial System Perception, Academic Self-Efficacy, and Creativity Effects on Self-Regulated Learning</i>
3	Tahun	2016
4	Tujuan Penelitian	a. Mengukur pengaruh langsung dan tidak langsung dalam model <i>Tutorial System Perception, Academic Self-Efficacy</i> , dan <i>Creativity</i> pada <i>Self-Regulated Learning</i> dari siswa <i>homeschooling</i>
5	Metode	Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif menggunakan survei kuesioner pada 205 siswa <i>homeschooling</i> di Jakarta
6	Pemodelan	 <p style="text-align: center;">Gambar II.6 Model Mulyadi, Basuki dan Rahardjo (2016)</p>
7	Kesimpulan	a. Model <i>Tutorial System Perception</i> mempengaruhi terhadap <i>Self-Regulated Learning</i> dan <i>Academic Self-Efficacy</i> dan memenuhi kesesuaian data (<i>goodness of fit</i>)

		b. Tutorial sistem mengembangkan kreatifitas lebih dari personalitas (<i>non aptitude traits</i>) daripada kreatifitas sebagai kemampuan untuk berpikir (<i>aptitude traits</i>)
--	--	--

Penelitian Byrge dan Tang (2015)

Penelitian ini mempelajari pengaruh dari program baru dari pelatihan kreatifitas terpadu pada peserta pelatihan *creative self-efficacy* and *creative production*. Program pelatihan ini melibatkan 180 peserta yang dilatih selama 39 jam dalam periode 9 minggu. *Pre-test* dan *post test* pada *Creative self-efficacy* and *creative production* (originalitas, elaborasi, dan kelancaran) diberikan kepada peserta pelatihan. Sebulan setelah program pelatihan selesai perwakilan dari peserta pelatihan dan semua pelatih diwawancarai untuk mengembangkan pemahaman kualitatif terhadap pengaruh dan peningkatan potensial dari program pelatihan.

Tabel II.8 Penelitian Byrge dan Tang (2015)

1	Nama Peneliti	Christian Byrge dan Chaoying Tang
2	Judul	<i>Embodied creativity training: Effects on creative self-efficacy and creative production</i>
3	Tahun	2015
4	Tujuan Penelitian	a. Apakah program pelatihan kreatifitas terpadu memiliki pengaruh terhadap <i>creative production</i> .
5	Metode	Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif menggunakan

		survei kuesioner pada 180 peserta pelatihan dari mahasiswa jurusan manajemen layanan sebagai bagian dari mata kuliah wajib.
6	Pemodelan	--
7	Kesimpulan	a. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan pada <i>creative self-efficacy</i> sebagaimana <i>creative production</i>

Penelitian Usman, Amjad, Hafsa, dan Maham (2015)

Dengan semakin meningkatnya krisis ekonomi, menumbuhkan *entrepreneur* adalah salah satu cara penting untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Mahasiswa merupakan salah satu segmen terbaik sebagai *entrepreneur* potensial di masa depan. Penelitian mengenai *intention* dari mahasiswa di Pakistan sangatlah terbatas dan sedikit, sehingga diharapkan penelitian ini dapat menambah nilai baik dalam teori dan praktik dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mendapat mengembangkan *intention* mahasiswa untuk menjadi seorang *entrepreneurs*.

Tabel II.9 Penelitian Usman, Amjad, Hafsa, dan Maham (2015)

1	Nama Peneliti	Yousaf Usman, Shamim Amjad, Siddiqui Hafsa, dan Raina Maham
2	Judul	<i>Studying the influence of entrepreneurial attributes, subjective norms and perceived desirability on entrepreneurial intentions</i>
3	Tahun	2015

4	Tujuan Penelitian	a. Mempelajari pengaruh dari atribut entrepreneurial, norma subyektif dan perceived desirability terhadap entrepreneurial intentions.
5	Metode	Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif menggunakan survei kuesioner dari 185 mahasiswa jurusan bisnis dari Fakultas Ilmu Management Universitas Quaid-i-Azam, Islamabad, Pakistan.
6	Pemodelan	--
7	Kesimpulan	a. Sikap <i>entrepreneur</i> mahasiswa, <i>perceived desirability</i> dan norma subyektif secara signifikan mengarahkan pada pengembangan <i>intention</i> mahasiswa untuk menjadi <i>entrepreneurs</i> .

Penelitian Lee dan Wong (2004)

Penelitian ini menyelidiki sampai tahap manakah dari kepentingan, nilai dan bakat ilmuwan dan insinyur peneliti mempengaruhi *entrepreneurial intentions* dan jenis dari usaha yang diinginkan untuk dibuat. Diantara para ilmuwan dan insinyur peneliti yang mengekspresikan *intentions* untuk mendirikan usaha baru, dilakukan penelitian lanjutan bagaimana karir mempengaruhi jenis usaha yang diinginkan untuk ditemukan atau dibuat. Terakhir, membahas apakah faktor situasional memoderasi *entrepreneurial intentions* dari para ilmuwan dan insinyur peneliti.

Tabel II.10 Penelitian Lee dan Wong (2004)

1	Nama Peneliti	Soo Hoon Lee, Poh Kam Wong
2	Judul	<i>An exploratory study of technopreneurial intentions: a career anchor perspective</i>
3	Tahun	2004
4	Tujuan Penelitian	<p>d. Menguji apakah peneliti dengan jaminan pekerjaan tinggi memiliki pengaruh negatif terhadap <i>entrepreneurial intentions</i>.</p> <p>e. Menguji apakah peneliti dengan otonomi pekerjaan yang tinggi memiliki pengaruh negatif terhadap <i>entrepreneurial intentions</i>.</p> <p>f. Diantara peneliti yang memiliki <i>entrepreneurial intentions</i>, mereka yang memiliki kemampuan teknis tinggi akan memiliki niatan yang besar untuk menemukan usaha dalam bidang mereka sendiri.</p> <p>g. Diantara peneliti yang memiliki <i>entrepreneurial intentions</i>, mereka yang memiliki kreatifitas tinggi akan memiliki niatan yang besar untuk menemukan usaha dalam bidang yang baru.</p> <p>h. Diantara peneliti yang memiliki <i>entrepreneurial intentions</i>, mereka yang memiliki kemampuan</p>

		<p>manajerial tinggi akan memiliki niatan yang besar untuk menemukan jenis usaha apapun.</p> <p>i. Persepsi akan kemampuan finansial, keterbatasan profesionalitas, dan oportunitas dalam organisasi akan memoderasi niatan indiidu untuk menemukan usaha baru.</p>
5	Metode	<p>Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif menggunakan survei kuesioner pada 5605 karyawan Penelitian dan Pengembangan di Singapura dari sektor pendidikan tinggi, pemerintahan, dan institut penelitian publik tahun 1997.</p>
6	Pemodelan	--
7	Kesimpulan	<p>c. Ada kemungkinan negatif yang cukup tinggi terhadap peneliti yang memiliki jaminan pekerjaan sedangkan tidak terbukti untuk peneliti dengan otonomi yang tinggi.</p> <p>d. Ada sebagian dukungan terhadap peneliti dengan kemampuan teknis yang tinggi yang ingin menemukan usaha baru.</p> <p>e. Tidak ditemukan adanya korelasi antara kreatifitas yang tinggi dari peneliti dengan niatan untuk mendirikan usaha di bidang yang berbeda.</p> <p>f. Peneliti dengan tingkat manajemen tinggi akan memiliki niatan yang cukup tinggi juga untuk menemukan usaha</p>

		<p>dalam bidang apapun.</p> <p>g. Persepsi akan kemampuan finansial, keterbatasan profesionalitas, dan oportunitas dalam organisasi tidak terbukti dapat memoderasi niatan individu untuk menemukan usaha baru.</p>
--	--	---

Penelitian Gundry, Ofstein, dan Kickul (2014)

Penelitian ini berfokus pada bagaimana program pendidikan dan kurikulum *entrepreneurship* yang sudah ada dipengaruhi oleh pemahaman mahasiswa MBA dari kelas karyawan tetap dalam *creativity individual*. Bagaimana mahasiswa mampu menyelesaikan mata kuliah *entrepreneurship* yang fokus pada *creativity* dan inovasi dan penggunaan *tool* dan metode *creativity* didalam kelompok selama perkuliahan *entrepreneurship*.

Tabel II.11 Penelitian Gundry, Ofstein, dan Kickul (2014)

1	Nama Peneliti	Lisa K. Gundry, Laurel F. Ostein, dan Jill R. Kickul
2	Judul	<i>Seeing around corners: How creativity skills in entrepreneurship education influence innovation in business</i>
3	Tahun	2014
4	Tujuan Penelitian	<p>a. Menguji apakah ada hubungan positif antara persepsi dari <i>creativity individual</i> dan persepsi dari kelompok pendukung untuk inovasi.</p> <p>b. Menguji apakah ada hubungan positif anatar persepsi</p>

		<p>dari kelompok pendukung untuk inovasi dan intensitas inovasi perusahaan <i>entrepreneur</i>.</p> <p>c. Menguji apakah ada hubungan positif antara persepsi dari kelompok pendukung untuk inovasi dan intensitas inovasi perusahaan <i>entrepreneur</i> dimediasi oleh intensitas kelompok inovasi.</p>
5	Metode	<p>Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif menggunakan survey kuesioner online dari 204 karyawan tetap yang menjadi mahasiswa MBA di Universitas Medwestern Amerika Serikat yang mengikuti kuliah entrepreneurship, meskipun hanya 137 kuisisioner yang dapat digunakan.</p>
6	Pemodelan	<pre> graph TD A[Perceptions of Individual Creativity Skills] -- H1 --> B[Perceptions of Team Support for Innovation] B -- H3 --> C[Team Innovation Intensity] C -- H3 --> D[Entrepreneurial Firm Innovation Intensity] B -- H2 --> D </pre>
7	Kesimpulan	<p>a. Terdapat hubungan positif signifikan antara antara persepsi dari <i>creativity individual</i> dan persepsi dari kelompok pendukung untuk inovasi.</p> <p>b. Terdapat hubungan positif antar persepsi dari kelompok</p>

		<p>pendukung untuk inovasi dan intensitas inovasi perusahaan <i>entrepreneur</i>.</p> <p>c. Terdapat mediasi intensitas kelompok inovasi hubungan positif antara persepsi dari kelompok pendukung untuk inovasi dan intensitas inovasi perusahaan <i>entrepreneur</i>.</p>
--	--	--

2.2.1. Pemetaan Penelitian Terdahulu

Dari penjelasan terkait penelitian terdahulu pada sub bab sebelumnya maka dapat dipetakan kedalam tabel 2.19 berikut:

Tabel II.12 Pemetaan Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian, (Nama Peneliti, dan Tahun Penelitian)	Besar sampel	Metode analisis	Konstruk	Temuan
1	<i>Interaction between feasibility and desirability in the formation of entrepreneurial intentions.</i> (Fitzsimmons dan Douglas, 2010)	414	Hierarchical regression analysis	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Perceived Feasibility</i> → <i>Entrepreneurial Intention</i> • <i>Perceived Desirability</i> → <i>Entrepreneurial Intention</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya interaksi negatif antara <i>perceived feasibility</i> dan <i>perceived desirability</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i>. • Interaksi <i>perceived desirability</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i> dapat menangkap perbedaan antara <i>entrepreneurial</i> dan pekerjaan.
2	<i>The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model.</i> (Guerrero, Rialp, dan Urbano, 2008)	33.139	Structural equation model (SEM)	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Credibility</i> → <i>Entrepreneurial Intention</i> • <i>Credibility</i> → <i>Desireability</i> • <i>Credibility</i> → <i>Feasibility</i> • <i>Entrepreneurial Intention</i> → <i>Short term</i> • <i>Entrepreneurial Intention</i> → <i>Long term</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Motivasi intrinsik memiliki pengaruh positif pada <i>desirability</i> untuk memulai usaha baru. • Norma sosial memiliki pengaruh positif pada <i>desirability</i> untuk memulai usaha baru. • Kapasitas personal memiliki pengaruh positif pada <i>feasibility</i> untuk memulai usaha baru. • Lingkungan memiliki pengaruh positif pada <i>feasibility</i> untuk memulai usaha baru.

3	<p><i>Entrepreneurial intentions: The influence of organizational and individual factors.</i></p> <p>(Lee L. , Wong, Foo, dan Leung, 2011)</p>	4192	<p>Analysis of Variance (ANOVA)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Organization climate</i> → <i>Innovation orientation</i> → kepuasan kerja • <i>Technical excellence incentives</i> → <i>Innovation orientation</i> → kepuasan kerja • <i>Restrictive Organization climate</i> → kepuasan kerja → <i>entrepreneurial intention</i> • <i>Technical excellence incentives</i> → kepuasan kerja → <i>entrepreneurial intention</i> • Kepuasan kerja → <i>self-efficacy</i> → <i>entrepreneurial intention</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Semakin tinggi orientasi inovasi karyawan maka akan berpengaruh negatif pada iklim inovasi terbatas atau insentif keunggulan teknis yang lemah terhadap kepuasan kerja. • Terdapat ketidaksesuaian antara orientasi individu dan kondisi organisasi yang secara tidak langsung terkait dengan <i>entrepreneurial intention</i> melalui kepuasan kerja yang rendah. • Semakin tinggi <i>self-efficacy</i> individu maka hubungan antara kepuasan kerja yang rendah dan <i>entrepreneurial intention</i> akan semakin kuat.
---	--	------	-------------------------------------	--	---

4	<p><i>Correlations Creativity, Intelligence, Personality, and Entrepreneurship Achievement.</i></p> <p>(Antonio, Lanawati, Wiriana, dan Christina, 2014)</p>	283	<p>Analisis deskriptif dan korelasi Pearson</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Creativity</i> → <i>entrepreneurship achievement</i> • Kecerdasan → <i>entrepreneurship achievement</i> • Personalitas → <i>entrepreneurship achievement</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak ada korelasi signifikan antara <i>creativity</i> dan <i>entrepreneurship achievement</i> pada lulusan. • Tidak ada korelasi signifikan antara kecerdasan dan <i>entrepreneurship achievement</i> pada lulusan. • Terdapat korelasi signifikan antara personalitas dan <i>entrepreneurship achievement</i> pada lulusan.
5	<p><i>Disentangling competences: Interrelationships on creativity, innovation and entrepreneurship.</i></p> <p>(Edwards-Schachter, García-Granero, Sánchez-Barrioluengo, Quesada-Pineda, dan Amara, 2015)</p>	196	<p>Analisis deskriptif</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Self-perception</i> → <i>creativity</i> • <i>Creativity</i> → <i>inovasi</i> • <i>Creativity</i> → <i>entrepreneurship</i> • <i>Student perception</i> → <i>education system contribution</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Antara <i>Self-perception</i> terhadap <i>creativity</i> kurang signifikan. • Antara <i>Creativity</i> dan <i>inovasi</i> tidak terdapat hubungan yang signifikan. • Terdapat korelasi yang sangat signifikan antara <i>Creativity</i> dan <i>entrepreneurship</i>.

6	<p><i>Transformational leadership, innovation climate, creative self-efficacy and employee creativity: A multilevel study.</i></p> <p>(Jaiswal dan Dhar, 2015)</p>	372	One- way ANOVA	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Transformational leadership → innovation climate</i> • <i>Innovation climate → creativity</i> karyawan • <i>Transformational leadership → innovation climate → creativity</i> karyawan • <i>Innovation climate → creative self-efficacy → creativity</i> karyawan 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Transformational leadership</i> secara positif berhubungan dengan <i>innovation climate</i>. • <i>Innovation climate</i> secara positif berhubungan dengan <i>creativity</i> karyawan. • Tidak ada korelasi signifikan antara <i>transformational leadership</i> yang dimediasi oleh <i>innovation climate</i> terhadap <i>creativity</i> karyawan. • Apabila <i>creative self-efficacy</i> rendah maka <i>innovation climate</i> memiliki pengaruh yang rendah terhadap <i>creativity</i> karyawan, dan sebaliknya jika tinggi maka akan memperkuat hubungan <i>innovation climate</i> terhadap <i>creativity</i> karyawan.
---	--	-----	----------------	---	--

7	<p><i>Student's Tutorial System Perception, Academic Self-Efficacy, and Creativity Effects on Self-Regulated Learning</i></p> <p>(Mulyadi, Basuki, dan Rahardjo, 2016)</p>	205	SEM	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Tutorial system perception → Self-regulated learning</i> • <i>Tutorial system perception → Academic self-efficacy</i> • <i>Academic self-efficacy → Self-regulated learning</i> • <i>Tutorial system perception → Creativity</i> • <i>Creativity → Self-regulated learning</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengaruh <i>tutorial system perception</i> terhadap <i>Self-regulated learning</i> sangat signifikan. • Terdapat pengaruh yang signifikan antara <i>tutorial system perception</i> terhadap <i>academic self-efficacy</i>. • Terdapat pengaruh yang signifikan antara <i>Academic self-efficacy</i> terhadap <i>Self-regulated learning</i>. • Terdapat pengaruh yang signifikan antara <i>Academic self-efficacy</i> terhadap <i>creativity</i>. • Tidak ada pengaruh signifikan antara <i>Creativity</i> terhadap <i>Self-regulated learning</i>.
---	--	-----	-----	---	---

8	<p><i>Embodied creativity training: Effects on creative self-efficacy and creative production</i></p> <p>(Byrge dan Tang, 2015)</p>	180	Cohen's d analysis, One-way ANOVA, dan Korelasi Pearson	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Embodied creativity training → creative production</i> • <i>Embodied creativity training → creative self-efficacy</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Semua perbandingan hasil <i>pre</i> dan <i>post training</i> dalam <i>creative production</i> dan <i>creative self-efficacy</i> meningkat secara signifikan.
9	<p><i>Studying the influence of entrepreneurial attributes, subjective norms and perceived desirability on entrepreneurial intentions</i></p> <p>(Usman, Amjad, Hafsa, dan Maham, 2015)</p>	185	Analisis deskriptif, analisis korelasi, dan analisis regresi	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Entrepreneurial abilities and skills → entrepreneurial intention</i> • <i>Entrepreneurial attitude → entrepreneurial intention</i> • <i>Perceived desirability → entrepreneurial intention</i> • <i>Subjective norms → entrepreneurial intention</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak ada signifikansi antara <i>Entrepreneurial abilities and skills</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i>. • Terdapat signifikansi yang tinggi antara <i>Entrepreneurial attitude</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i>. • Terdapat signifikansi yang tinggi antara <i>Perceived desirability</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i>. • Terdapat signifikansi yang tinggi antara <i>Subjective norms</i> terhadap <i>entrepreneurial intention</i>.

10	<p><i>An exploratory study of technopreneurial intentions: a career anchor perspective</i></p> <p>(Lee dan Wong, 2004)</p>	5605	<p>Analisis hierar-chical logistic agression dan Analisis hierar-chical moderator regression</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Strong security anchor</i> → <i>entrepreneurial intentions</i> • <i>Strong autonomy factor</i> → <i>entrepreneurial intentions</i> • <i>Strong technical anchor</i> → <i>intention to found a business</i> • <i>Creativity anchor</i> → <i>intention to found a business in new field</i> • <i>Managerial anchor</i> → <i>intention to found any type of business</i> • <i>Perceived personal financial, professional limitation dan organizational opportunities</i> → <i>intention to found a business</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Security anchor</i> tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap <i>entrepreneurial intentions</i>. • <i>autonomy factor</i> tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap <i>entrepreneurial intentions</i>. • <i>Technical anchor</i> kurang signifikan terhadap <i>intention to found a business</i>. • <i>Creativity anchor</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>intention to found a business in new field</i>. • <i>Managerial anchor</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap <i>intention to found any type of business</i>. • <i>Perceived personal financial, professional limitation dan organizational opportunities</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>intention to found a business</i>.
----	--	------	--	--	--

11	<p><i>Seeing around corners: How creativity skills in entrepreneurship education influence innovation in business.</i></p> <p>(Gundry, Ofstein, dan Kickul, 2014)</p>	137	<p>Analysis Linear dan Regresi Logistik</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Perception of individual creativity skill → Perception of team support for innovation</i> • <i>Perception of team support for innovation → entrepreneurial firm innovation intensity</i> • <i>Perception of team support for innovation → team innovation intensity → entrepreneurial firm innovation intensity</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Perception of individual creativity skill dan Perception of team support for innovation</i> memiliki hubungan positif signifikan. • <i>Perception of team support for innovation dan entrepreneurial firm innovation intensity</i> memiliki hubungan positif signifikan. • <i>Team innovation intensity</i> memediasi <i>Perception of team support for innovation</i> dan <i>entrepreneurial firm innovation intensity</i>.
----	---	-----	---	--	---