



INSAN

Jurnal Psikologi dan Kesehatan Mental

<http://e-journal.unair.ac.id/index.php/JPKM>

p-ISSN 2528-0104 | e-ISSN 2528-5181



ARTIKEL PENELITIAN

Keyakinan Diri Kreatif, Perilaku Kerja Inovatif, dan Kepemimpinan Kewirausahaan pada Desainer UI/UX

FADHILAH DIANTY & ARUM ETIKARIENA*

Departemen Psikologi Industri dan Organisasi, Fakultas Psikologi Universitas Indonesia

ABSTRAK

Penelitian sebelumnya telah menyediakan bukti adanya pengaruh dari keyakinan diri kreatif terhadap perilaku kerja inovatif yang dimoderasi oleh kepemimpinan kewirausahaan. Penelitian ini bertujuan menguji kembali pengaruh tersebut pada populasi yang berbeda, yaitu desainer *user interface/user experience* (UI/UX) di Indonesia. Sebanyak 113 desainer UI/UX berpartisipasi dalam pengisian kuesioner pada penelitian ini, dan hasilnya adalah terdapat pengaruh keyakinan diri kreatif terhadap perilaku kerja inovatif, namun pengaruh tersebut tidak dimoderasi oleh kepemimpinan kewirausahaan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika seorang karyawan memiliki keyakinan bahwa dirinya adalah individu yang kreatif maka ia akan menampilkan perilaku kerja inovatif. Akan tetapi, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui apa yang memoderasi pengaruh tersebut.

Kata kunci: *desainer UI/UX, kepemimpinan kewirausahaan, keyakinan diri kreatif, perilaku kerja inovatif*

ABSTRACT

Previous research has provided the evidence of the effect of creative self-efficacy on innovative work behavior which moderated by entrepreneurial leadership. This study aims to examine this effect on a different population, namely *user interface/user experience* (UI/UX) designers in Indonesia. A total of 113 UI / UX designers filling out the questionnaire in this study, and the result was creative self-efficacy affects innovative work behavior, but this effect was not moderated by entrepreneurial leadership. This shows that when an employee has the belief that he is a creative individual, he will display innovative work behavior. However, further research is needed to see what moderates this influence.

Keywords: *UI-UX designer, entrepreneurial leadership, creative self-efficacy, innovative work behavior*

INSAN Jurnal Psikologi dan Kesehatan Mental, 2021, Vol. 6(1), 44-52, doi: 10.20473/jpkm.v6i12021.44-52

Dikirimkan: 21 Desember 2020 Diterima: 23 Mei 2021 Diterbitkan: 30 Juni 2021

Editor: Rizqy Amelia Zein

*Alamat korespondensi: Fakultas Psikologi Universitas Indonesia. Kampus Baru UI – Depok 16424 . Pos-el:

arum.etikariena@ui.ac.id



Naskah ini merupakan naskah dengan akses terbuka dibawah ketentuan the Creative Common Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>), sehingga penggunaan, distribusi, reproduksi dalam media apapun atas artikel ini tidak dibatasi, selama sumber aslinya disitir dengan baik.

PENDAHULUAN

Perilaku karyawan dalam suatu perusahaan tidak hanya menandakan inovasi, kemajuan maupun pengembangan, namun juga merefleksikan manajemen kualitas dan kewirausahaan dari organisasi itu sendiri (Sharma & Chrisman, 2007). Perilaku karyawan akan mempengaruhi kinerja operasional organisasi melalui penerapan pengetahuan dan keterampilan teknologi karyawan, serta akan meningkatkan daya saing mereka (Sharma & Chrisman, 2007). Perilaku kerja yang inovatif merupakan fenomena yang dinamis dan kompleks (Khan, dkk., 2012). Perilaku kerja inovatif sendiri merupakan kemampuan untuk menghasilkan dan menerapkan ide-ide baru yang berguna di tempat kerja (Scott & Bruce, 1994). Perilaku kerja inovatif juga dapat didefinisikan sebagai suatu perilaku kreasi yang disengaja serta pengenalan dan penerapan ide-ide baru dalam pekerjaan, kelompok, maupun organisasi, dengan tujuan memberi manfaat pada kinerja diri, kelompok, maupun organisasi (Janssen, 2000). Oleh karena itu, fokus dari perilaku kerja inovatif adalah tindakan yang dimulai oleh diri sendiri, berorientasi pada masa depan dan bertujuan untuk mengubah dan memperbaiki situasi (Isabel, 2014). Selain itu, perilaku kerja inovatif juga merupakan proses bertahap dan berkelanjutan, bukan hanya sekedar fokus pada hasil (Isabel, 2014). Penelitian Scott & Bruce (1994) memberikan bukti bahwa perilaku kerja yang inovatif dimulai dengan tahap pembuatan ide, dilanjutkan dengan tahap pencarian dukungan dan koalisi akan ide tersebut, dan terakhir adalah tahap melengkapi ide dengan memproduksi purwarupa yang dapat dirasakan dan dialami.

Perilaku kerja inovatif telah terbukti relevan untuk mengembangkan produk, layanan, dan prosedur kerja baru, meningkatkan efektivitas individu dan organisasi, mengembangkan kecocokan antara tuntutan pekerjaan dengan sumber daya manusianya, meningkatkan komunikasi interpersonal, serta meningkatkan kepuasan kerja (Madrid, dkk., 2014). Menurut penelitian sebelumnya (Ramamoorthy, dkk., 2005), di zaman perubahan yang cepat ini, organisasi menghadapi permintaan yang besar dari lingkungan untuk melibatkan perilaku inovatif dalam menciptakan dan memberikan produk dan/atau layanan mereka agar tetap kompetitif, serta untuk memimpin proses perubahan itu sendiri. Organisasi mengandalkan karyawan mereka untuk berinovasi dalam proses, metode, dan kegiatan operasional mereka agar berhasil dalam menyelesaikan tugas tersebut, sehingga karyawan perlu melibatkan perilaku kerja inovatif jika organisasi ingin mendapatkan manfaatnya (Ramamoorthy, dkk., 2005).

Salah satu profesi yang perlu melibatkan perilaku kerja inovatif adalah Desainer *User Interface* dan *Experience* (UI/UX). *User Interface* dan *User Experience* merupakan istilah yang biasa digunakan di bidang teknologi walaupun sebenarnya hal ini dapat diterapkan pada bidang lainnya. UI memiliki arti tampilan pengguna, yaitu semua yang dapat dilihat dan disentuh oleh pengguna teknologi, seperti misalnya dalam aplikasi terdapat tombol, teks, elemen navigasi, opsi menu, berbagi, dan lain-lain (UXPin Inc, 2015). *User Experience* sendiri mengacu pada pengalaman keseluruhan pengguna produk, misalnya apa yang pengguna sukai dari produk tersebut, seberapa mudah pengguna menggunakan produk tersebut, dan lainnya (UXPin Inc, 2015). Desainer UI/UX memiliki tanggung jawab untuk merancang tampilan dan pengalaman penggunaan produk tersebut sehingga perlu menerapkan perilaku kerja inovatif jika ingin meningkatkan kualitas produk secara kreatif mengikuti kebutuhan pengguna dan tren terbaru. Selanjutnya, diperlukan penelitian yang mengikutsertakan desainer UI/UX sebagai subjek dari sudut pandang psikologis karena perilaku manusia merupakan aspek penting dalam mendesain sebuah tampilan dan alur pengalaman penggunaan sebuah produk, misalnya bagaimana fokus dari penglihatan manusia, bagaimana warna tertentu dapat menjadi stimulus untuk perilaku tertentu, dan sebagainya.

Faktor individu, karakteristik pekerjaan, dan faktor lingkungan relatif berkaitan dengan proses inovasi. Salah satu faktor individual yang menentukan tingkat perilaku inovatif seseorang adalah motivasi dan keyakinan diri (Hammond, dkk., 2011). Salah satu bentuk keyakinan diri adalah keyakinan diri kreatif, yang diartikan sebagai kepercayaan diri individu bahwa ia mampu menangani masalah yang

membutuhkan pemikiran dan fungsi-fungsi kreatif (Karwowski, 2011; Tierney & Farmer, 2002). Keyakinan diri kreatif mampu memengaruhi perilaku kerja inovatif disebabkan karena inovasi memerlukan keyakinan diri yang kuat untuk tetap bertahan dalam upaya menjadi kreatif, terutama ketika seseorang dihadapkan pada kemajuan yang lambat, hasil yang tidak pasti, dan investasi waktu dan usaha yang sudah banyak (Bandura, dkk., 1997). Selain itu, individu dengan keyakinan diri kreatif akan merasa lebih percaya diri untuk menggunakan pengetahuan dan keterampilannya untuk membuat dan mengeksekusi ide barunya di pekerjaan (Jiang & Gu, 2017), serta individu tersebut akan merasa lebih siap menghadapi tantangan dan ketidakpastian ketika menerapkan dan mengembangkan ide baru di dalam pekerjaan (Richter, dkk., 2012). Oleh karena itu, apabila individu memiliki keyakinan yang kuat bahwa ia memiliki kemampuan untuk memproduksi hasil yang kreatif, maka ia juga akan menunjukkan perilaku yang dapat digunakan untuk memproduksi ide tersebut.

Konsep keyakinan diri kreatif berasal dari teori keyakinan diri (*self-efficacy*) dari Albert Bandura, yang mengasumsikan bahwa perilaku seseorang dapat mempengaruhi perubahan diri dan lingkungan serta mempengaruhi perilaku di masa depan, selain itu motivasi, afeksi, dan tindakan seseorang dapat diprediksi oleh apa yang orang yakini dapat ia capai (Newman, dkk., 2018). Keyakinan diri secara umum berhubungan dengan konsep harga diri, neurotisme serta pusat kendali (*locus of control*) pada individu (Judge, dkk., 2002). Keyakinan diri kreatif juga dapat berarti keyakinan terhadap kompetensi diri dalam hubungannya dengan performa kreatif (Hammond, dkk., 2011). Keyakinan diri kreatif dapat menjadi faktor pendorong utama kreativitas individu (Richter, dkk., 2012). Tierney dan Farmer (2011) mengatakan bahwa terdapat beberapa faktor penentu perubahan tingkat keyakinan diri seseorang, yaitu identitas peran kreatif, persyaratan kerja kreatif, dan harapan kreatif. Identitas peran kreatif merupakan identifikasi peran diri untuk menjadi kreatif ketika bekerja dan melihat hal tersebut sebagai komponen utama dari diri sendiri. Persyaratan kerja kreatif mengacu pada pekerjaan yang membutuhkan kreativitas untuk menyelesaikan tugas-tugasnya (Tierney & Farmer, 2011). Harapan kreatif adalah ketika seseorang meyakini bahwa pemimpinya memiliki harapan terhadap dirinya terkait kreativitasnya sehingga mereka akan lebih kreatif dalam pekerjaan mereka (Tierney & Farmer, 2002).

Selanjutnya, kepemimpinan kewirausahaan akan menguatkan pengaruh dari keyakinan diri kreatif terhadap perilaku kerja inovatif (Newman, dkk., 2018). Kepemimpinan kewirausahaan didefinisikan sebagai kepemimpinan yang mempengaruhi dan mengarahkan performa anggota tim menuju pencapaian tujuan organisasi yang meliputi kesadaran dan pemanfaatan peluang wirausaha (Renko, dkk., 2015). Atribut, perilaku, dan tindakan merupakan hal-hal yang membedakan karakteristik kepemimpinan kewirausahaan dengan gaya kepemimpinan lainnya (Renko, dkk., 2015).

Kepemimpinan kewirausahaan sangatlah penting terutama bagi generasi muda, karena tiga hal. Pertama, kewirausahaan berjalan beriringan dengan konsep kepemilikan, yaitu menyiratkan pemahaman tentang diri sendiri, mengambil tanggung jawab, dan mengakui tindakan diri sendiri. Kedua, penting dikarenakan membangun tim yang kuat dan efektif adalah landasan bisnis yang sukses. Ketiga, penting karena seseorang dengan kepemimpinan kewirausahaan akan mengatur perubahan dan menjadi inovator bagi bisnisnya. Kepemimpinan ini memiliki tujuan yang ditentukan oleh peluang wirausaha, kesadaran, serta pemanfaatannya (Renko, dkk., 2015). Peluang wirausaha adalah kemungkinan untuk memperkenalkan barang atau layanan inovatif ke pasar (Gaglio & Winter, 2009). Pemanfaatan merujuk pada aktivitas dan investasi dalam rangka mengumpulkan keuntungan dari kesempatan yang baru (Choi & Shepherd, 2004). Kesadaran adalah sebuah persepsi dan pemanfaatan merupakan aksinya, sehingga tujuan dalam kepemimpinan ini akan melibatkan kedua hal tersebut (Renko, dkk., 2015).

Pada kepemimpinan kewirausahaan, seseorang akan menerapkan kegiatan yang berfokus pada peluang dikarenakan hal tersebut akan mengarahkan pada penyadaran dan pemanfaatan peluang

baru dalam suatu organisasi, menciptakan komitmen karyawan lain untuk berperilaku wirausaha, bekerja menuju tujuan, serta berpikir dan bertindak dengan cara yang lebih inovatif (Renko, dkk., 2015) dan individu yang memiliki tingkat kepemimpinan kewirausahaan lebih rendah akan bertindak sebaliknya. Mereka tidak mampu menyadari kesempatan wirausaha dan mempengaruhi karyawan lainnya untuk meraih tujuan organisasi. Seseorang yang mampu menerapkan perilaku kewirausahaan dan mengarahkan karyawan lainnya untuk menyadari dan memanfaatkan peluang wirausaha, akan menumbuhkan perilaku inovatif di antara karyawan yang memiliki tingkat keyakinan diri kreatif yang lebih tinggi (Newman, dkk., 2018). Oleh karena itu, kepemimpinan kewirausahaan akan memoderasi pengaruh keyakinan diri kreatif terhadap perilaku kerja inovatif. Jika seseorang mampu menerapkan sikap kepemimpinan kewirausahaan dengan baik, ia juga dapat mendorong dirinya untuk menghasilkan ide-ide kreatif di tempat kerja (Newman, dkk., 2018).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji apakah keyakinan diri mampu memengaruhi perilaku kerja inovatif pada desainer UI/UX di Indonesia dan bagaimana peran dari kepemimpinan kewirausahaan dalam menguatkan pengaruh tersebut, serta untuk memperkaya literatur mengenai aplikasi psikologi dalam konteks desain UI/UX. Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah:

1. **Hipotesis 1:** Terdapat pengaruh keyakinan diri kreatif terhadap perilaku kerja inovatif.
2. **Hipotesis 2:** Pengaruh keyakinan diri kreatif terhadap perilaku kerja inovatif dimoderasi oleh kepemimpinan kewirausahaan sehingga pengaruh keyakinan diri kreatif terhadap perilaku kerja inovatif akan lebih kuat ketika persepsi seseorang terhadap kepemimpinan kewirausahaannya juga tinggi.

METODE

Desain Penelitian

Berdasarkan hipotesis penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, desain dari penelitian ini adalah kualitatif dengan desain survei dengan pengambilan data yang menggunakan teknik *self-report*. Penulis membagikan tautan berisi kuesioner secara daring melalui pesan di media sosial serta grup percakapan komunitas desainer UI/UX. Partisipan diminta untuk mengisi kuesioner tersebut dan memiliki kewenangan untuk mengerjakan dimana saja serta dapat berhenti sewaktu-waktu dari proses pengisian kuesioner tersebut.

Partisipan

Partisipan dari penelitian ini merupakan desainer UI/UX yang bekerja di Indonesia yang dikumpulkan secara daring melalui pesan di media sosial. Untuk menguji hipotesis penelitian, maka penulis menargetkan sebanyak 150 partisipan sesuai dengan sumberdaya yang dimiliki oleh penulis serta durasi pengambilan data. Setelah pengambilan data, terkumpul sebanyak 158 partisipan. Selanjutnya, dilakukan pengecekan terhadap data yang terkumpul dan menyisakan data sebanyak 113 partisipan ($M_{usia}=24,92$; $SD_{usia}=4,274$; 75,2 persen laki-laki) untuk diteruskan ke proses analisis data. Eksklusi partisipan ini dilakukan karena adanya kegagalan partisipan dalam menjawab *attention check*.

Pengukuran

Kuesioner keyakinan diri kreatif diukur melalui skala empat butir dari Tierney dan Farmer (2002) yang diadaptasi ke Bahasa Indonesia. Skala ini juga bersifat unidimensional sehingga hanya akan mengeluarkan satu skor total. Responden diminta untuk menilai setiap item skala pada skala *likert*

dengan 7 pilihan jawaban. Skor yang lebih tinggi menunjukkan bahwa mereka menilai diri sendiri lebih tinggi daripada butir tersebut. Reliabilitas alat ukur keyakinan diri kreatif adalah $\alpha=0,824$.

Kuesioner perilaku kerja inovatif diukur melalui skala dengan 9 butir pernyataan dan telah diadaptasi oleh Etikariena & Muluk (2014) dari alat ukur Janssen (2000), pada responden karyawan di Indonesia. Skala ini juga bersifat unidimensional sehingga hanya akan mengeluarkan satu skor total yang meliputi ketiga tahapan. Responden diminta untuk menilai setiap butir dengan gaya *likert* yang menyediakan enam pilihan jawaban, dengan skor yang lebih tinggi menunjukkan bahwa mereka menilai diri sendiri lebih tinggi daripada butir tersebut. Reliabilitas alat ukur ini $\alpha=0,80$.

Kuesioner kepemimpinan kewirausahaan diukur menggunakan skala kepemimpinan kewirausahaan dari Renko, dkk., (2015) berisi 8 butir yang diadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia. Skala ini juga bersifat unidimensional sehingga hanya akan mengeluarkan satu skor total. Responden diminta untuk menilai setiap butir dengan gaya *likert* dengan lima pilihan jawaban, dimana skor yang lebih tinggi menunjukkan bahwa karyawan menilai supervisor mereka lebih tinggi daripada butir tersebut. Reliabilitas skala kepemimpinan kewirausahaan dari Renko, dkk (2015) adalah $\alpha=0,919$.

Analisis Data

Penulis memasukkan 3 aitem pengecekan perhatian (*attention check*), yang salah satu contohnya berbunyi “silahkan pilih 4”. Oleh karena itu sebelum dilakukan analisis, penulis terlebih dahulu melakukan pembersihan terhadap data-data dari responden yang tidak lulus dari pengecekan perhatian. Selanjutnya, penulis melakukan analisis deskriptif untuk mengetahui gambaran data, terutama partisipan dari penelitian ini. Analisis moderasi dilakukan selanjutnya menggunakan teknik moderasi menggunakan *macro* PROCESS (Hayes, 2013). Proses analisis data seluruhnya dilakukan menggunakan perangkat *SPSS Statistics* versi 26 untuk Windows.

HASIL PENELITIAN

Untuk menguji hipotesis penelitian, penulis melakukan permodelan regresi linier, dimana perilaku kerja inovatif ($M=41,26$; $SD=5,25$; Min=20; Maks=54) sebagai variabel dependen sedangkan keyakinan diri kreatif ($M=23,03$; $SD=2,87$; Min=15; Maks=28) yang dimoderasi oleh kepemimpinan kewirausahaan ($M=30,58$; $SD=4,79$; Min=14; Maks=40) sebagai variabel prediktor.

Selanjutnya, menggunakan *macro* PROCESS (Hayes, 2013), penulis menguji ketepatan model yang sudah diajukan. Hasil analisis menunjukkan bahwa model tepat menggambarkan data ($F(3, 109)=35,08$; $p<0,001$; $R^2=0,382$; $MSE=14,39$), dimana varians keyakinan diri kreatif dan kepemimpinan kewirausahaan dapat menjelaskan sebanyak 38,2 persen varians dari perilaku kerja inovatif.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi

Prediktor	B	Rentang Kepercayaan 95%		t	p
		Batas Bawah	Batas Atas		
Konstanta	-16,78	-45,32	11,75	-1,16	0,25
Keyakinan Diri Kreatif (X)	2,07	0,81	3,32	3,26	0,001
Kepemimpinan Kewirausahaan (Z)	1,19	0,27	2,13	2,56	0,01
Interaksi X-Z	-0,04	-0,08	0,003	-1,83	0,07

Sesuai dengan informasi yang disajikan di Tabel 1, keyakinan diri kreatif secara signifikan memprediksi perilaku kerja inovatif ($B=2,07$; 95% CI dari B [0,81; 3,32]; $t(109)=3,26$, $p=0,001$). Artinya, setiap ada kenaikan 1 poin dari keyakinan diri kreatif, maka skor perilaku kerja inovatif akan mengalami kenaikan pula sebesar 2,07.

Kepemimpinan kewirausahaan juga dapat memprediksi perilaku kerja inovatif ($B=1,19$; 95% CI dari B [0,27; 2,13]; $t(109)=2,56$; $p=0,01$). Artinya, setiap ada kenaikan skor kepemimpinan kewirausahaan sebanyak 1 poin, maka perilaku kerja inovatif mengalami juga kenaikan sebesar 1,19.

Selanjutnya, berdasarkan analisis model interaksi disimpulkan bahwa tidak terdapat efek interaksi yang signifikan antara keyakinan diri kreatif dan kepemimpinan kewirausahaan terhadap perilaku kerja inovatif ($B=-0,04$; 95% CI dari B [-0,08; 0,003]; $t(109)=-1,83$; $p=0,07$). Sehingga kepemimpinan kewirausahaan tidak berperan sebagai moderator.

DISKUSI

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara keyakinan diri kreatif dengan perilaku kerja inovatif pada desainer UI/UX di Indonesia. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hammond, dkk. (2011) serta Tierney dan Farmer (2011) yang menyatakan bahwa perilaku kerja inovatif dipengaruhi oleh keyakinan diri individu terutama keyakinan diri kreatif. Penelitian lain juga mengatakan bahwa individu dengan tingkat keyakinan diri kreatif yang tinggi juga akan memiliki kecenderungan berperilaku inovatif lebih tinggi (Hsu, dkk., 2011).

Keyakinan diri kreatif mengarah pada tingkat perilaku kerja inovatif yang lebih tinggi karena individu dengan keyakinan diri kreatif akan merasa lebih percaya diri untuk menggunakan pengetahuan dan keterampilannya untuk membuat dan mengeksekusi ide barunya yang berkaitan dengan pekerjaannya (Jiang & Gu, 2017) serta individu tersebut akan merasa lebih siap menghadapi tantangan dan ketidakpastian ketika menerapkan dan mengembangkan ide baru di dalam pekerjaan (Richter, dkk., 2012). Individu dengan keyakinan diri kreatif yang tinggi juga dapat mengumpulkan motivasi, sumber daya kognitif, serta tindakan lain yang dibutuhkan untuk menerapkan perilaku kerja yang inovatif (Li, dkk., 2017).

Selanjutnya, dugaan penulis yang dilandasi oleh penelitian yang dilakukan oleh Newman, dkk. (2018) yang menyatakan bahwa pengaruh dari keyakinan diri kreatif terhadap perilaku kerja inovatif dapat diperkuat oleh kepemimpinan kewirausahaan, tidak ditemukan bukti pendukungnya. Kepemimpinan kewirausahaan tidak memperkuat atau melemahkan pengaruh dari keyakinan diri kreatif terhadap perilaku kerja inovatif. Oleh karena itu, ketika seseorang memiliki keyakinan bahwa dirinya kreatif, ia akan menampilkan perilaku kerja yang inovatif tanpa perlu memfokuskan diri pada peluang yang tersedia.

Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa hal, seperti berbedanya karakteristik subjek pada penelitian ini dan penelitian sebelumnya oleh Newman, dkk. (2018), dimana pada penelitian ini partisipan memiliki pekerjaan sebagai desainer UI/UX, sedangkan pada penelitian sebelumnya partisipan memiliki pekerjaan sebagai pegawai pada sektor manufaktur transportasi. Selain itu, partisipan pada penelitian ini mengisi dan menilai sendiri dirinya, sedangkan pada penelitian sebelumnya oleh Newman, dkk. (2018), penilaian melalui survei juga dilakukan oleh atasan. Telah disebutkan juga bahwa dampak dari penilaian diri sendiri (*self-report*) memungkinkan munculnya bias dari pemberi nilai (rater), karakteristik butir, konteks butir, serta konteks pengukuran (Podsakoff dkk, 2003) pada

bagian metode. Selanjutnya, jumlah respon yang cenderung sedikit dibandingkan target awal atau keseluruhan populasi juga dapat menimbulkan bias non-respon (Fincham, 2008).

SIMPULAN

Sesuai dengan temuan penelitian ini, penulis menyimpulkan bahwa keyakinan diri kreatif dan kepemimpinan kewirausahaan dapat memprediksi perilaku kerja inovatif pada desainer UI/UX di Indonesia. Namun, penulis tidak menemukan cukup bukti untuk menyimpulkan bahwa keterkaitan antara keyakinan diri kreatif dengan perilaku kerja inovatif dilemahkan atau dikuatkan oleh kepemimpinan kewirausahaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh partisipan yang telah mengikuti penelitian ini serta pihak lain yang telah mendukung terwujudnya penelitian ini.

DEKLARASI POTENSI TERJADINYA KONFLIK KEPENTINGAN

Fadhilah Dianty dan Arum Etikariena tidak bekerja, menjadi konsultan, memiliki saham, atau menerima dana dari perusahaan atau organisasi manapun yang mungkin akan mengambil untung dari diterbitkannya naskah ini.

PUSTAKA ACUAN

- Bandura, A., Freeman, W. H., & Lightsey, R. (1999). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York: Worth Publishers.
- Choi, Y. R., & Shepherd, D. A. (2004). Entrepreneurs' decisions to exploit opportunities. *Journal of Management*, 30(3), 377–395. <https://doi.org/10.1016/j.jm.2003.04.002>
- Etikariena, A., & Muluk, H. (2014). Correlation between Organizational Memory and Innovative Work Behavior. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 18(2), 77. <https://doi.org/10.7454/mssh.v18i2.3463>
- Fincham, J. E. (2008). Response rates and responsiveness for surveys, standards, and the Journal. *American Journal of Pharmaceutical Education*, 72(2), 43. <https://doi.org/10.5688/aj720243>
- Gaglio, C. M., & Winter, S. (2009). Understanding the Entrepreneurial Mind. *Understanding the Entrepreneurial Mind*, June 2014. <https://doi.org/10.1007/978-1-4419-0443-0>
- Hammond, M. M., Neff, N. L., Farr, J. L., Schwall, A. R., & Zhao, X. (2011). Predictors of Individual-Level Innovation at Work: A Meta-Analysis. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 5(1), 90–105. <https://doi.org/10.1037/a0018556>
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression - based approach*. New York: The Guilford Press.
- Hsu, M. L. A., Hou, S. T., & Fan, H. L. (2011). Creative self-efficacy and innovative behavior in a service setting: Optimism as a moderator. *Journal of Creative Behavior*, 45(4), 258–272. <https://doi.org/10.1002/j.2162-6057.2011.tb01430.x>

- Isabel, M. P. (2014). Managing innovative work behavior: the role of human resource practices. *Personnel Review*, 43(2), 184–208. <https://doi.org/10.1108/PR-11-2012-0199>
- Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behavior. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 287–302. <https://doi.org/10.1016/j.aquaculture.2010.01.018>
- Jiang, W., & Gu, Q. (2017). Leader creativity expectations motivate employee creativity: a moderated mediation examination. *The International Journal of Human Resource Management*, 28(5), 724–749. <https://doi.org/10.1080/09585192.2015.1109535>
- Judge, T. A., Erez, A., Bono, J. E., & Thoresen, C. J. (2002). Are measures of self-esteem, neuroticism, locus of control, and generalized self-efficacy indicators of a common core construct? *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(3), 693–710. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.83.3.693>
- Karwowski, M. (2011). It Doesn't Hurt to Ask... But Sometimes It Hurts to Believe: Polish Students' Creative Self-Efficacy and Its Predictors. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 5(2), 154–164. <https://doi.org/10.1037/a0021427>
- Khan, M., Aslam, N., & Riaz, M. (2012). Leadership Styles as Predictors of Innovative Work Behavior. *Pakistan Journal of Social & Clinical Psychology*, 9(2), 16–22.
- Li, M., Liu, Y., Liu, L., & Wang, Z. (2017). Proactive Personality and Innovative Work Behavior: the Mediating Effects of Affective States and Creative Self-Efficacy in Teachers. *Current Psychology*, 36(4), 697–706. <https://doi.org/10.1007/s12144-016-9457-8>
- Madrid, H. P., Patterson, M. G., Birdi, K. S., Leiva, P. I., & Kausel, E. E. (2014). The role of weekly high-activated positive mood, context, and personality in innovative work behavior: A multilevel and interactional model. *Journal of Organizational Behavior*, 35, 234–256. <https://doi.org/10.1002/job.1867>
- Newman, A., Tse, H. H. M., Schwarz, G., & Nielsen, I. (2018). The effects of employees' creative self-efficacy on innovative behavior: The role of entrepreneurial leadership. *Journal of Business Research*, 89(April), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.04.001>
- 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>
- Ramamoorthy, N., Flood, P. C., Slattery, T., & Sardesai, R. (2005). *Determinants of Innovative Work Behaviour: Development and Test of an Integrated Model*. *June*. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2005.00334.x>
- Renko, M., El Tarabishy, A., Carsrud, A. L., & Brännback, M. (2015). Understanding and measuring entrepreneurial leadership style. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 54–74. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12086>
- Richter, A. W., Hirst, G., van Knippenberg, D., & Baer, M. (2012). Creative self-efficacy and individual creativity in team contexts: Cross-level interactions with team informational resources. In *Journal of Applied Psychology* (Vol. 97, Issue 6, pp. 1282–1290). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/a0029359>
- Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). Determinants of Innovative Behavior: A Path Model of Individual Innovation In The Workplace. *Academy of Management Journal*, 37(3), 580–607.

- Sharma, P., & Chrisman, S. J. J. (2007). Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship. *Entrepreneurship: Concepts, Theory and Perspective*, 83–103. https://doi.org/10.1007/978-3-540-48543-8_4
- Tierney, P., & Farmer, S. M. (2002). Creative self-efficacy: Its potential antecedents and relationship to creative performance. *Academy of Management Journal*, 45(6), 1137–1148. <https://doi.org/10.2307/3069429>
- Tierney, P., & Farmer, S. M. (2011). Creative Self-Efficacy Development and Creative Performance Over Time. *Journal of Applied Psychology*, 96(2), 277–293. <https://doi.org/10.1037/a0020952>
- UXPin Inc. (2015). *Timeless UX Design Trends: Responsive & Adaptive Web Design*.