

PENGARUH SELF CONFIDENCE DAN KREATIVITAS TERHADAP KINERJA PELAKU UMKM KULINER DI KOTA GORONTALO

Magfirah Mohamad¹, Robiyati Podungge², Valentina Monoarfa³

Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia¹

Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia²

Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia³

E-mail: Magfira.mohamad27@gmail.com

Abstract: *This study aimed to discover how self-confidence and creativity influence the performance of MSME actors, partially and simultaneously. The data in this study were collected through a questionnaire with 2.159 population of culinary MSME actors in Gorontalo City. This study used 96 samples taken through purposive sampling techniques. This study used primary data with a quantitative research approach. The data analysis method used was multiple linear regression analysis. Based on the analysis, self-confidence and creativity partially influenced performance. Likewise, simultaneously, self-confidence and creativity influenced performance.*

Keywords: *Self-Confidence; Creativity; and Performance*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar *self confidence* dan kreativitas berpengaruh terhadap kinerja secara parsial dan simultan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner dengan populasi pelaku UMKM kuliner di Kota Gorontalo sebanyak 2.159. Penelitian ini menggunakan 96 sampel responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu teknik *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan pendekatan penelitian kuantitatif. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Secara parsial *self confidence* berpengaruh terhadap kinerja. 2) Secara parsial kreativitas berpengaruh terhadap kinerja. 3) Secara simultan *self confidence* dan kreativitas berpengaruh terhadap kinerja.

Kata Kunci: Sel Confidence; Kreativitas; Kinerja

PENDAHULUAN

Di Indonesia, usaha kecil dan menengah (UKM) telah memainkan peran penting dalam menghadapi badai ekonomi dan menyelamatkan perekonomian negara. Sementara banyak perusahaan berskala besar mengalami penurunan atau bahkan penghentian operasi total karena krisis ekonomi, usaha kecil dan menengah (UKM) telah terbukti jauh lebih tangguh.

Karena kegagalan UMKM di Kota Gorontalo terjadi ketika biaya produksi lebih tinggi daripada pendapatan penjualan, pelaku UMKM di sana ragu untuk meluncurkan inisiatif pengembangan perusahaan baru. Ada kekurangan uang yang tersedia, bahan baku menjadi lebih mahal, dan banyak barang tidak laku. Itulah sebabnya Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan angka pengangguran pada Agustus 2021 masih tinggi, yakni sebanyak 3.795 orang atau 21,13 persen di Provinsi Gorontalo.

Selain mendorong perekonomian daerah, UMKM Kota Gorontalo juga turut membantu mengembangkannya. Peran serta pemerintah melalui Diskumperindag sangat diperlukan untuk memberikan dukungan yang menyeluruh, termasuk memperluas akses pasar, mengingat usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan motor penggerak perekonomian daerah. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memegang peranan penting, terutama di negara-negara berkembang, dalam mendorong pembangunan ekonomi masyarakat. Baik perekonomian nasional maupun tingkat pengangguran dapat diuntungkan dengan adanya pengaruh positif tersebut. Di antara sekian banyak usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kota Gorontalo, industri jasa boga merupakan yang paling kuat. Hal ini menyebabkan banyaknya usaha rintisan yang menawarkan jasa serupa. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Gorontalo melaporkan, di beberapa kecamatan, terdapat 2.159 usaha kuliner dengan jenis usaha yang berbeda-beda di Kota Gorontalo.

Tabel 1 Jumlah UMKM Jenis Kuliner Kota Gorontalo

No	Kecamatan	Jumlah
1	Kota Barat	147
2	Dungingi	295
3	Kota Selatan	322
4	Kota Timur	318
5	Hulonthalangi	324
6	Dumbo Raya	135
7	Kota Utara	159
8	Kota Tengah	272
9	Sipatana	187
	Total	2159

Sumber: Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UKM Kota Gorontalo

Berdasarkan data pada tabel 1.1, terdapat total 2.159 usaha kuliner di Kota Gorontalo. Dari jumlah tersebut, 147 usaha berada di Kecamatan Kota Barat, 295 usaha di Kecamatan Dungingi, 322 usaha di Kecamatan Kota Selatan, 318 usaha di Kecamatan Kota Timur, 324 usaha di Kecamatan Hulonthalangi, 135 usaha di Kecamatan Dumbo Raya, 159 usaha di Kecamatan Kota Utara, 272 usaha di Kecamatan Kota Tengah, dan 187 usaha di Kecamatan Sipatana. Oleh karena itu, Kecamatan Hulonthalangi jelas menjadi tempat yang tepat untuk Anda yang sedang mencari tempat makan.

Peningkatan pertumbuhan dan layanan menjadi prioritas bagi para pelaku UMKM di Kota Gorontalo. Hal ini dikarenakan beberapa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) kurang memiliki rasa percaya diri untuk bersaing dengan pelaku UMKM yang lebih besar, sehingga para pelaku tersebut

kesulitan untuk mengembangkan usahanya dan pada akhirnya berdampak pada kinerja UMKM secara keseluruhan yang semakin buruk.

Yang dimaksud dengan "kinerja" adalah sejauh mana serangkaian kegiatan menghasilkan hasil yang diinginkan. Bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk meningkatkan layanan pelanggan dan kualitas makanan, mereka harus optimis dalam menghadapi kesulitan. Dapat mengawasi segala hal yang berdampak pada perusahaan mereka dan bertindak sesuai untuk memperbaikinya. Memanfaatkan produk berkualitas tinggi, menjaga kebersihan area, memastikan makanan aman untuk dimakan, menawarkan layanan yang cepat dan sopan, dan memperhatikan permintaan pelanggan adalah semua cara yang dapat dilakukan UKM untuk meningkatkan kualitas makanan dan layanan pelanggan. Dengan rasa percaya diri yang tinggi, UKM dapat melakukannya dengan mudah.

Setiap orang memiliki rasa percaya diri saat mereka berpikir tentang diri mereka sendiri dalam kaitannya dengan konsep diri. Selain itu, memiliki keyakinan pada kemampuan diri sendiri akan menjadi inspirasi untuk mengatasi rintangan. Oleh karena itu, tingkat motivasi untuk menyelesaikan suatu tugas berbanding lurus dengan tingkat keyakinan individu terhadap bakatnya sendiri (Hendriana, 2014). Dalam skenario seperti itu, pelaku dengan tingkat kepercayaan diri yang tinggi dapat mengelola risiko dengan lebih baik, membuat pilihan, dan menginspirasi diri mereka sendiri dan tim mereka untuk berinovasi dan berkinerja lebih baik.

Kreativitas didefinisikan sebagai "kualitas, keterampilan, proses, penciptaan, atau serangkaian pertimbangan yang memengaruhi perilaku dan menghasilkan hasil yang inovatif" (Riyanti B.P.D., 2019). Untuk mempertahankan dan mengembangkan bisnis mereka, pelaku UMKM harus memiliki keterampilan berpikir kreatif yang kuat. Setiap pelaku UMKM harus bekerja keras untuk meningkatkan kinerja mereka. Pengembangan produk, pembuatan ide, dan perumusan strategi penjualan semuanya dapat memperoleh manfaat dari semangat inovatif yang ditunjukkan oleh para pelaku UMKM. Akibatnya, para pelaku UMKM dapat meningkatkan kinerja mereka dan menjadi lebih kompetitif di pasar dengan menunjukkan tingkat inovasi yang tinggi. Pikiran kreatif adalah pikiran yang menghasilkan ide, penemuan, dan karya seni yang orisinal (Anita, 2017). Kreativitas matematis membutuhkan kualitas penting yang harus dimiliki oleh setiap pelaku UMKM, yaitu rasa percaya diri. Hanya dengan rasa percaya diri dan apa yang dimiliki oleh setiap orang, para pelaku UMKM beserta karyawannya dapat termotivasi untuk menyelesaikan masalah yang muncul. Oleh karena itu, motivasi seseorang untuk menyelesaikan suatu tugas akan meningkat seiring dengan tingkat rasa percaya dirinya (Hendriana, 2014).

Pelaku UMKM harus memiliki sifat-sifat penting berupa rasa percaya diri dan daya cipta agar dapat meningkatkan kerjanya. Pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang memiliki rasa percaya diri yang tinggi akan lebih mampu menjalankan bisnisnya dan memberikan layanan dan makanan yang lebih baik kepada konsumen. Tidak hanya itu, pemilik restoran yang benar-benar kreatif selalu dapat menghadirkan sesuatu yang segar dan menarik untuk diberikan kepada kliennya, yang pada akhirnya akan mendatangkan lebih banyak bisnis.

UMKM dalam industri jasa makanan bersifat adaptif karena dapat diluncurkan dengan sumber daya yang terbatas dan biaya yang rendah. Setiap produk kuliner, baik makanan maupun minuman, dapat disesuaikan dengan imajinasi pemiliknya. Kurangnya orisinalitas dalam pengemasan dapat merugikan penjualan bagi industri jasa makanan. Salah satu faktor terpenting dalam mencapai kesuksesan profesional adalah rasa percaya diri. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa daya kerja seseorang terhadap bakat dan kemampuan pelaku UMKM dalam seni kuliner dapat ditingkatkan dengan menumbuhkan pola pikir yang bercirikan rasa percaya diri. Kinerja dan daya tahan pelaku UMKM dalam mempertahankan dan menguasai perusahaannya memerlukan kajian khusus yang melibatkan beberapa peneliti. Sejumlah karakteristik, termasuk kepercayaan diri dan daya cipta, dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja pelaku UMKM yang dikendalikan dan dikembangkan untuk mempertahankan organisasinya. Tingkat kepercayaan diri seseorang memengaruhi tingkat kreativitasnya, menurut penelitian Hidayat (2011) tentang dampak kepercayaan diri terhadap kinerja perusahaan UMKM makanan dan minuman di Surabaya.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian berfungsi sebagai peta jalan untuk seluruh proses penelitian, yang menguraikan langkah-langkah yang harus diambil untuk mencapai tujuan penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. Tujuan dari desain penelitian adalah untuk menyediakan kriteria yang terdefinisi dengan baik dan terorganisir bagi para peneliti untuk diikuti saat melaksanakan penelitian mereka. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menguji hipotesis

Data primer merupakan data yang digunakan dalam penelitian ini. Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan ketika subjek secara sukarela memberikannya kepada peneliti. Responden pelaku UMKM kuliner Kota Gorontalo mengisi kuesioner yang menjadi sumber data utama penelitian. Menurut Sugiono (2018), salah satu cara pengumpulan data adalah dengan menggunakan kuesioner yang terdiri dari serangkaian pertanyaan tertulis yang harus diisi oleh responden. Penelitian ini menggunakan strategi penelitian kuantitatif. Tujuan penelitian kuantitatif adalah untuk menguji asumsi yang terbentuk sebelumnya dengan mempelajari populasi atau kelompok tertentu, mengumpulkan data menggunakan alat penelitian, dan menganalisis secara statistik. Pendekatan ini berlandaskan pada positivism.

HASIL PENELITIAN

Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas Dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Memeriksa keandalan dan validitas kuesioner penelitian sangat penting untuk menarik kesimpulan yang andal dari analisis korelasi Pearson. Memeriksa nilai korelasi Pearson dengan batas 0,3 digunakan sebagai referensi pengambilan keputusan saat memutuskan apakah kuesioner tersebut asli. Jika nilainya >0,3, maka kuesioner tersebut dinyatakan valid. Temuan uji validitas adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Uji Validitas *Self Confidence* (X1).

Pernyataan	Pearson Correlation	Cut Off	Keterangan
1	0,465	0,3	Valid
2	0,613	0,3	Valid
3	0,612	0,3	Valid
4	0,349	0,3	Valid
5	0,495	0,3	Valid
6	0,412	0,3	Valid
7	0,472	0,3	Valid
8	0,528	0,3	Valid
9	0,477	0,3	Valid
10	0,595	0,3	Valid
11	0,618	0,3	Valid
12	0,494	0,3	Valid
13	0,448	0,3	Valid

Sumber: Data diolah (2024)

Peneliti berpendapat bahwa angket yang digunakan adalah sah, karena hasil uji Korelasi Pearson menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan untuk variabel X1 (Kepercayaan Diri) mempunyai nilai lebih besar dari 0,3.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Kreativitas (X2)

Pernyataan	Pearson Correlation	Cut Off	Keterangan
1	0,421	0,3	Valid
2	0,443	0,3	Valid
3	0,360	0,3	Valid
4	0,471	0,3	Valid
5	0,678	0,3	Valid
6	0,710	0,3	Valid
7	0,361	0,3	Valid
8	0,677	0,3	Valid
9	0,786	0,3	Valid
10	0,679	0,3	Valid
11	0,831	0,3	Valid
12	0,819	0,3	Valid

Sumber: Data diolah (2024)

Peneliti menemukan bahwa kuesioner tersebut asli karena uji Korelasi Pearson menunjukkan bahwa semua pertanyaan pada variabel X2 (Kreativitas) memiliki nilai lebih besar dari 0,3.

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Kinerja (Y)

Pernyataan	Pearson Correlation	Cut Off	Keterangan
1	0,668	0,3	Valid
2	0,366	0,3	Valid
3	0,449	0,3	Valid
4	0,494	0,3	Valid
5	0,595	0,3	Valid
6	0,430	0,3	Valid
7	0,309	0,3	Valid
8	0,663	0,3	Valid
9	0,467	0,3	Valid
10	0,806	0,3	Valid
11	0,562	0,3	Valid
12	0,683	0,3	Valid

13 0,439 0,3 Valid

Sumber: Data diolah (2024)

Setiap item dalam kuesioner Kinerja, yang mewakili variabel Y, memiliki nilai Korelasi Pearson lebih tinggi dari 0,3, yang mengarahkan peneliti pada kesimpulan bahwa kuesioner tersebut sah.

b. Uji Reliabilitas

Dengan menggunakan analisis alfa Cronbach dengan batas 0,6, pengujian reliabilitas diperlukan untuk menentukan seberapa baik kuesioner dapat secara konsisten menghasilkan respons; angka yang lebih besar dari 0,6 menunjukkan bahwa kuesioner tersebut dapat dipercaya. Temuan uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Cut Off	Jumlah Pernyataan	Keterangan
Self Confidence	0,673	0,6	13	Reliabel
Kreativitas	0,793	0,6	12	Reliabel
Kinerja	0,727	0,6	13	Reliabel

Sumber: Data Diolah (2024)

Ketiga variabel—X1, X2, dan Y—dianggap dapat dipercaya menurut temuan uji Cronbach's Alpha, yang menunjukkan bahwa koefisiennya lebih besar dari 0,6.

2. Analisis Statistik Deskriptif

Kuesioner dikirimkan kepada partisipan penelitian yang merupakan pelaku UMKM kuliner di Kota Gorontalo untuk mengumpulkan data primer. Sebanyak 96 kuesioner disebarkan untuk penelitian ini dan semuanya kembali, sehingga tingkat responsnya sempurna yaitu 100%. Rincian tingkat respons survei ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 5 Sampel dan Tingkat Pengembalian Kuisisioner.

Keterangan	Jumlah	Presentase (%)
Jumlah kuisisioner yang disebarkan	96	100
Jumlah kuisisioner yang tidak kembali	0	0
Jumlah kuisisioner yang datanya tidak lengkap	0	0
Jumlah kuisisioner yang tidak diisi	0	0
Jumlah total kuisisioner yang dapat dianalisis	96	100

Sumber : Data primer diolah (2024)

Kemudian dilakukan analisis statistik deskriptif terhadap data yang diperoleh dari kuesioner. Hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada responden hanya dapat dideskripsikan dan dianalisis dengan menggunakan analisis statistik deskriptif. Data penelitian disajikan dengan menggunakan distribusi frekuensi yang dianggap lebih efisien dan komunikatif karena data yang disajikan sangat banyak. Berikut ini adalah kriteria skala yang digunakan untuk mengukur variabel X1, X2, dan Y dalam penelitian ini berdasarkan distribusi frekuensi yang diperoleh dari tabulasi skor tanggapan responden, dengan skor maksimal 5 dan skor minimal 1:

Tabel 6 Rentang Skala

Rata - Rata Skor	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2016:184)

Tabel berikut menampilkan temuan kuesioner yang diperiksa, yang menggambarkan respons peserta terhadap variabel penelitian X (Kepercayaan Diri dan Kreativitas) dan Y (Kinerja):

1. Variabel *Self Confidence* (X1)

Tabel Hasil 7 Uji Deskriptif Variabel *Self Confidence* (X1)

Item Pertanyaan	Skala					Mean	F(%)	Keterangan
	1	2	3	4	5			
Pernyataan 1	1	3	12	67	13	3.92	78.4	Kuat
Pernyataan 2	1	0	13	62	20	4.04	80.8	Sangat Kuat
Pernyataan 3	1	5	18	51	20	3.85	77	Kuat
Keyakinan kemampuan diri						11.81	78.7	Kuat
Pernyataan 4	3	4	20	59	10	3.72	74.4	Kuat
Pernyataan 5	2	7	24	59	4	3.58	71.6	Kuat
Pernyataan 6	0	2	8	62	24	4.13	82.6	Sangat Kuat
Optimis						11.43	76.2	Kuat
Pernyataan 7	1	2	6	66	21	4.08	81.6	Sangat Kuat
Pernyataan 8	3	14	29	39	11	3.43	68.6	Kuat
Pernyataan 9	8	9	35	42	2	3.22	64.4	Kuat
Objektif						10.73	71.5	Kuat
Peranyaan 10	1	3	13	60	19	3.97	79.4	Kuat

Pertanyaan 11	2	1	24	64	5	3.72	74.4	Kuat
Bertanggung Jawab						7.69	76.9	Kuat
Pertanyaan 12	1	1	11	71	12	3.96	79.2	Kuat
Pertanyaan 13	1	4	8	66	17	3.98	79.6	Kuat
Rasional dan Realistis						7.94	79.4	Kuat
Self Confidence (X1)						7	61.16	Kuat

Sumber: Data kuisioner diolah (2024)

Tabel 1 menunjukkan bahwa 61,6% respons masuk dalam kelompok kuat, dengan 79,4% indikator wajar dan realistis berada pada peringkat tertinggi, menurut analisis statistik deskriptif variabel kepercayaan diri (X1). Indikator objektif masuk dalam kelompok buruk, khususnya dengan persentase 71,5%.

2. Kreativitas (X2).

Tabel 8 Hasil Uji Deskriptif Variabel Kreativitas (X2)

Item Pertanyaan	Skala					Mean	F(%)	Keterangan
	1	2	3	4	5			
Pernyataan 1	0	4	16	70	6	3.81	76.2	Kuat
Pernyataan 2	0	3	21	65	7	3.79	75.8	Kuat
Pernyataan 3	3	7	35	54	7	3.57	71.4	Kuat
Pertanyaan 4	1	3	14	70	8	3.84	76.8	Kuat
Pencipta Peluang						14.17	75.05	Kuat
Pernyataan 5	2	1	10	66	17	3.99	79.8	Kuat
Pernyataan 6	2	2	16	63	13	3.86	77.2	Kuat
Pernyataan 7	16	19	26	32	3	2.86	57.2	Sedang
Pernyataan 8	2	3	8	68	15	3.95	79	Kuat
Penemu						14.66	73.3	Kuat
Pernyataan 9	2	12	33	44	5	3.40	68	Kuat
Pernyataan 10	2	15	11	71	7	3.79	75.8	Kuat
Pernyataan 11	1	14	36	42	3	3.79	75.8	Kuat

Pernyataan 12	2	10	45	36	3	3.33	66.6	Kuat
Pengambilan Resiko yang Diperhitungkan						14.31	71.55	Kuat
Kreativitas (X2)						14.38	73.3	Kuat

Sumber: Data kuisioner diolah (2024)

Dengan persentase 73,3%, temuan pada tabel di atas termasuk dalam kategori kuat menurut analisis statistik deskriptif untuk variabel kreatif (X2). Sebagai persentase, indikasi pencipta peluang adalah yang tertinggi yaitu 75,05%. Metrik pengambilan risiko terhitung adalah yang terlemah, yaitu 71,55%.

3. Variabel Kinerja (Y).

Tabel 9 Hasil Uji Deskriptif Variabel Kinerja (Y)

Item Pertanyaan	Skala					Mean	F(%)	Keterangan
	1	2	3	4	5			
Pernyataan 1	1	3	24	63	5	3.71	74.2	Kuat
Pernyataan 2	0	1	14	69	12	3.96	79.2	Kuat
Pernyataan 3	0	5	14	60	17	3.93	78.6	Kuat
Kualitas Kerja						11.6	77.3	Kuat
Pernyataan 4	1	4	18	58	15	3.98	79.6	Kuat
Pernyataan 5	13	19	27	32	5	3.85	77	Kuat
Pernyataan 6	2	2	13	65	14	2.97	59.4	Sedang
Pernyataan 7	2	2	9	66	17	3.91	78.2	Kuat
Kuantitas						14.71	73.55	Kuat
Pernyataan 8	1	10	36	44	5	3.44	68.8	Kuat
Pernyataan 9	1	5	11	71	8	3.83	76.7	Kuat
Pernyataan 10	0	13	40	38	5	3.36	67.2	Kuat
Ketepatan Waktu						10.63	70.9	Kuat
Pernyataan 11	3	12	45	31	5	3.24	64.8	Kuat
Pernyataan 12	0	8	28	55	5	3.59	71.8	Kuat
Pernyataan 13	1	5	22	59	9	3.73	74.6	Kuat
Biaya						10.56	70.4	Kuat
Kreativitas (Y)						11.87	73	Kuat

Sumber: Data kuisioner diolah (2024)

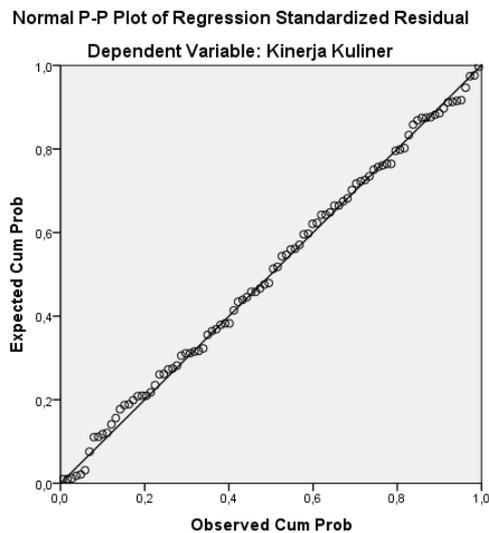
Kualitas kerja menonjol dengan perolehan 77,3% dari total, menempatkan hasil dalam kategori kuat menurut statistik deskriptif untuk variabel kinerja (Y). Tabel di atas menampilkan temuan-temuan ini. Indikasi biaya adalah yang paling tidak memadai, hanya mencapai 70,4% dari total

3. Uji Asumsi Klasik

1 Uji Normalitas

Tujuan dari uji kenormalan adalah untuk mengetahui apakah data mengikuti distribusi normal. Jika model regresi mengikuti distribusi normal, model tersebut dianggap sangat baik. Pengujian grafik plot normal memungkinkan seseorang untuk melakukan uji kenormalan. Kumpulan data ini memenuhi asumsi kenormalan karena titik-titiknya terdistribusi di sekitar dan sejajar dengan garis diagonal (Sari, 2019). Untuk uji kenormalan ini, kami menggunakan SPSS Statistics versi 22.

Grafik Normal P-Plot



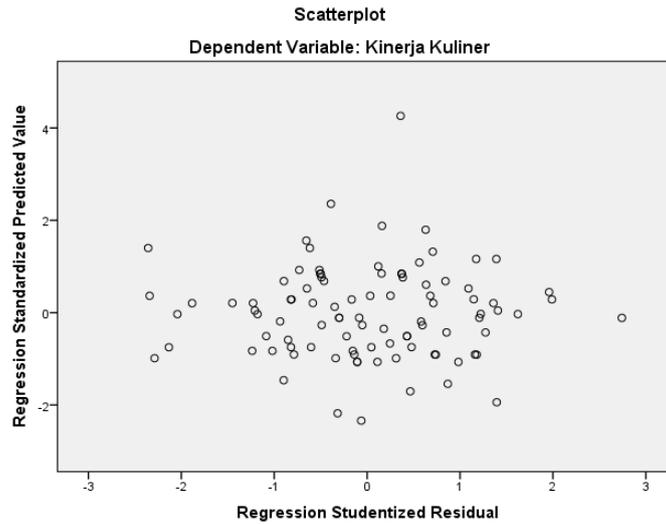
Sumber: Data diolah (2024)

Kita dapat menyimpulkan bahwa data mengikuti distribusi normal dari Grafik 4.1, yang menunjukkan bahwa distribusi mengikuti orientasi garis di sekitar diagonal.

2. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk mengetahui apakah variabel independen dalam model regresi saling berkorelasi. Menurut Naufal (2020), model regresi dianggap baik jika tidak menyimpang dari asumsi tradisional multikolinearitas, yang menyatakan bahwa variabel independen harus berada dalam hubungan linier. Anda dapat menggunakan Variance Inflation Factor (VIF) untuk memeriksa multikolinearitas. Jika nilai VIF kurang dari 10 atau nilai toleransi lebih dari 0,1, dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak menunjukkan multikolinearitas. Uji multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS Statistic 22.

Tabel 10 Hasil Uji Multikolinieritas



Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	25.347	4.600		7.321	,000		
Self Confiden	,359	,370	,373	,4.821	,000	,757	1,321
Kreativitas	,452	,176	,575	,3.236	,000	,757	1,321

a. Dependent Variable: Kinerja Kuliner

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan data pada tabel, kelima variabel bebas tersebut memiliki tingkat toleransi lebih dari 0,1 dan VIF di bawah 10. Dengan demikian, tidak ada bukti multikolinieritas di antara variabel bebas yang disertakan dalam analisis ini.

4. Uji Hipotesis

A. Uji Parsial (Uji-t)

Dengan menggunakan uji-t untuk menguji hipotesis, kita dapat melihat bagaimana faktor-faktor independen (kreativitas dan kepercayaan diri) memengaruhi variabel dependen (kinerja). Metode untuk mengujinya adalah dengan melihat kolom t dan nilai T dalam tabel koefisien. Hasil uji ini, yang menggunakan statistik SPSS 22, ditunjukkan dalam tabel di bawah ini:

Tabel Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	25.347	4.600		7.321	.000
Self Confidance	.359	.370	.373	.4.821	.000
Kreativitas	.452	.176	.575	.3.236	.000

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: Data diolah (2024)

Hipotesis nol ditolak jika dan hanya jika $t_{hitung} > t_{tabel}$. H1 (kepercayaan diri terhadap kinerja) dan H2 (kreativitas terhadap kinerja) keduanya disetujui menurut data dalam tabel di atas. Nilai 2,367115 adalah t_{tabel} . Tabel uji-t (terlampir) berisi nilai df dan probabilitas 0,1, yang dapat digunakan untuk menemukan t_{tabel} .

B. Uji Simultan (Uji F)

Tujuan uji F dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kreativitas dan kepercayaan diri bekerja sama untuk memengaruhi kinerja. Pendekatan untuk mengujinya adalah dengan memeriksa nilai signifikansi dan kolom F dalam tabel anova. Berikut adalah hasil Uji F yang dilakukan secara bersamaan:

Tabel Hasil Uji Simultan (Uji-F).

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	585.173	2	61.682	21.956	.000 ^b
Residual	824.827	93	9.254		
Total	1422.000	95			

a. Dependent Variable: Kinerja.

b. Predictors: (Constant), Kreativitas, Self Confidance.

Sumber: Data diolah (2024).

Berdasarkan data dalam tabel, F_{hitung} adalah (21,956) dan F_{tabel} adalah (2,360548) pada tingkat signifikansi 10%. Karena F_{hitung} (21,956) lebih besar daripada F_{tabel} (2,360548), kita dapat menerima H3 (keyakinan dan daya cipta terhadap kinerja). Anda dapat menemukan F_{tabel} dalam tabel terlampir dengan menggunakan nilai df dan probabilitas 0,1.

c. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa baik nilai prediksi atau garis regresi sesuai dengan data dari sampel, seseorang menggunakan koefisien determinasi. Cara lain untuk melihat koefisien determinasi adalah sebagai sejauh mana variabel independen X dapat memengaruhi variabel dependen Y. Menurut Sari (2019), kapasitas X untuk menjelaskan Y ditingkatkan ketika koefisien determinasi lebih besar. Rentang nilai yang mungkin untuk R^2 adalah dari nol hingga satu. Aplikasi seperti SPSS Statistics 22 digunakan dalam penyelidikan ini. Analisis data menghasilkan kesimpulan berikut:

Tabel Hasil Koefisien Determinasi.

Model Summary^b:

Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1				

1	.601 ^a	.346	.321	4.666
---	-------------------	------	------	-------

a. Predictors: (Constant), Kreativitas, *Self Confidence*.

b. Dependent Variable: Kinerja.

Sumber: Data diolah (2024).

Tabel 1 menyajikan temuan penelitian koefisien determinasi, yang jika disesuaikan dengan nilai r kuadrat, menghasilkan besaran 0,601. Oleh karena itu, masuk akal untuk menyimpulkan bahwa kepercayaan diri dan kreativitas menyumbang 0,601, atau 60,1%, varians dalam variabel dependen (kinerja), sedangkan variabel atau faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini menyumbang 39,9% sisanya Uji Regresi Linier

D. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui berapa banyak variabel X yang memengaruhi satu variabel Y, peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil studi regresi linier adalah sebagai berikut:

Tabel 11 Uji Analisis Regresi Linier Berganda.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1 (Constant)	25.347	4.600		7.321	.000		
Self Confiden	.359	.370	.373	4.821	.000	.757	1,321
Kreativitas	.452	.176	.575	3.236	.000	.757	1,321

a. Dependent Variable: Kinerja Kuliner.

Sumber: Data diolah (2024).

Berikut ini dapat disimpulkan dari model persamaan regresi:

1. Dengan asumsi bahwa nilai variabel Kreativitas dan Kepercayaan Diri tetap konstan, nilai konstanta sebesar 25,347 merupakan nilai rata-rata variabel Kinerja.
2. Variabel X1 (Kepercayaan Diri) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,359, yaitu 35,9%. Artinya, untuk setiap perubahan 1 satuan pada Kepercayaan Diri, Kinerja akan naik sebesar 35,9%.
3. Nilai 0,452 untuk koefisien regresi variabel X2 (Kreativitas) menunjukkan bahwa terdapat kenaikan Kinerja sebesar 45,2% untuk setiap perubahan 1 satuan pada variabel Kreativitas.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Self Confidence* Terhadap Kinerja.

Yang dimaksud dengan "kinerja" adalah jumlah pekerjaan yang dapat dilakukan oleh seorang individu atau tim dalam batasan tugas dan tanggung jawab yang diberikan kepada mereka dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan secara sah dengan cara yang etis dan bermoral.

Ketika orang mengerahkan waktu, tenaga, upaya, kejujuran, dan pengalaman yang diperlukan untuk menyelesaikan pekerjaan tertentu, hasil akhirnya adalah kinerja mereka (Hasibuan, 2007). Produktivitas, pengendalian diri, orisinalitas, kerja sama tim, kompetensi, dan akuntabilitas adalah metrik yang digunakan untuk menilai output pekerja. Kinerja seorang karyawan didefinisikan sebagai hasil akhir dari upaya mereka dalam menyelesaikan tugas yang diberikan, baik dari segi kuantitas maupun kualitas (Latief, Rosalina, & Apiska, 2019). Salah satu dari banyak aspek yang mempengaruhi kinerja adalah aspek individu, yaitu kepercayaan diri. Kepercayaan diri dapat diartikan sebagai "mentalitas atau keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri yang memungkinkan seseorang untuk bertindak tanpa kecemasan yang berlebihan, untuk secara bebas mengejar tujuan sendiri sambil menerima tanggung jawab atas tindakannya sendiri," untuk berinteraksi dengan sopan dengan orang lain, memiliki ambisi untuk berhasil, dan untuk mengetahui kekuatan dan keterbatasan diri sendiri (Timbunan, Anra, dkk. 2023).

Dalam lingkungan sosial atau kehidupan profesional seseorang, kepercayaan diri seseorang terlihat sepenuhnya. Seorang karyawan yang bangga cenderung memberikan segalanya dalam pekerjaannya, yang merupakan resep pasti untuk sukses dalam dunia bisnis. Seseorang yang memiliki kepercayaan diri mengetahui kekuatan mereka sendiri dan dapat bekerja untuk meningkatkan diri sehingga mereka dapat menghadapi tantangan secara langsung dan menjadi yang teratas.

Memiliki keyakinan pada kemampuan diri sendiri untuk menyelesaikan tugas merupakan faktor lain yang, secara teori dan praktik, memberikan motivasi intrinsik. Bila Anda memiliki rasa percaya diri, Anda tahu bahwa Anda dapat melakukan apa pun yang Anda inginkan dan bahwa Anda akan membuat keputusan yang tepat. Memiliki rasa percaya diri berarti percaya pada penilaian dan keputusan sendiri serta mampu mengatasi situasi yang semakin menantang.

Bila seseorang memiliki rasa percaya diri, mereka percaya pada diri sendiri dan kemampuan mereka, dan mereka tahu bahwa mereka dapat melakukan apa pun yang mereka inginkan. Dalam konteks ini, "pekerja keras", "percaya diri", "berbasis kemampuan", "percaya diri", "optimisme kewirausahaan", "belajar giat", dan "mengatasi kesulitan" merupakan ciri-ciri individu yang sukses.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di industri makanan di Kota Gorontalo dipengaruhi oleh rasa percaya diri. Dengan demikian, hipotesis nol bahwa rasa percaya diri tidak berpengaruh pada kinerja adalah benar. Keberhasilan atau kegagalan pelaku UMKM mungkin bergantung pada tingkat rasa percaya diri mereka. Orang yang memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi cenderung mampu bekerja secara mandiri dalam merencanakan, mengawasi, dan meraih kesuksesan sebagai wirausahawan karena kepercayaan diri mereka memengaruhi ide, inisiatif, kreativitas, keberanian, kegigihan, dan etos kerja mereka. Kepercayaan diri terwujud dalam interaksi sosial, rasa tanggung jawab, harga diri, dan keberanian seseorang ketika mereka percaya pada diri mereka sendiri dan bakat mereka. Kinerja karyawan dipengaruhi secara positif oleh kepercayaan diri, menurut penelitian ini dan penelitian sebelumnya oleh Maharani, Salsabila, dan Rusman (2023). Ketika tingkat kepercayaan diri seseorang berbanding lurus dengan tingkat kinerja mereka.

Pengaruh Kreativitas Terhadap Kinerja

Yang kami maksud dengan "kinerja" adalah jumlah pekerjaan yang dapat dilakukan oleh seorang individu atau tim dalam batasan tugas dan tanggung jawab yang diberikan kepada mereka dalam suatu organisasi untuk secara sah mencapai tujuan yang ditetapkan dengan cara yang etis dan bermoral.

Kinerja didefinisikan sebagai hasil akhir dari upaya karyawan dalam menyelesaikan tugas yang diberikan, dengan mempertimbangkan kuantitas dan kualitas pekerjaan mereka (Latief, Rosalina, dan Apiska, 2019). Salah satu unsur manusia yang memengaruhi kinerja adalah kreativitas, antara lain.

Kemampuan untuk mempertimbangkan sudut pandang lain guna mencapai solusi atas suatu masalah merupakan hal yang membentuk pemikiran kreatif, yang hingga saat ini kurang dihargai (Dama dan Ogi, 2018). Proses kreatif seorang individu adalah kelahiran mental dari ide, prosedur, teknik, atau produk pemecahan masalah yang baru yang memenuhi kriteria tertentu, seperti efektif, inovatif, menyenangkan secara estetika, mudah beradaptasi, terintegrasi, dan khas.

Proses kreatif, jelas bahwa ide tidak dapat muncul begitu saja di kepala seseorang dan mulai membuat perbedaan; ada serangkaian langkah yang harus diambil seseorang untuk mencapai potensi penuhnya sebelum mereka dapat menerapkan kreativitasnya dalam kehidupan sehari-hari atau bahkan di tempat kerja.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berpikir kreatif memengaruhi keberhasilan usaha kecil menengah makanan di Kota Gorontalo. Pelaku UMKM dapat dengan bebas menggunakan berbagai bakat, perspektif, pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan yang dimilikinya untuk menghasilkan ide-ide segar. Menurut penelitian sebelumnya oleh Putra dan Bayu (2017), hasil penelitian ini menguatkan gagasan bahwa kreativitas dapat meningkatkan kinerja karyawan; dengan kata lain, semakin kreatif seseorang, maka semakin produktif pula mereka.

Pengaruh *Self Confidence* dan Kreativitas Terhadap Kinerja.

Kinerja seseorang atau tim merupakan hasil akhir dari upaya mereka dalam suatu organisasi untuk memenuhi tugas dan tanggung jawab mereka dengan cara yang mematuhi semua hukum dan standar etika yang berlaku, dan memajukan tujuan organisasi yang ditetapkan.

Kinerja seseorang merupakan hasil akhir dari waktu, usaha, kejujuran, dan keahlian mereka yang dicurahkan untuk menyelesaikan tugas tertentu (Hasibuan, 2007). Kriteria untuk menentukan kinerja karyawan meliputi tingkat tanggung jawab, daya cipta, disiplin, kerja sama tim, dan hasil kerja. Latief, Rosalina, dan Apiska (2019) menyatakan bahwa kinerja merupakan hasil akhir dari kerja keras karyawan dalam hal jumlah dan kualitas tugas yang diberikan kepada mereka. Variabel pribadi, seperti kepercayaan diri dan daya cipta, merupakan beberapa di antara banyak variabel yang memengaruhi kinerja.

Ketika orang secara alami kreatif, mereka cenderung lebih percaya pada kemampuan mereka sendiri dan menerapkan ide-ide mereka sendiri, yang meningkatkan kinerja mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku UMKM kuliner di Kota Gorontalo dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan diri dan orisinalitas yang dimilikinya, yang pada gilirannya memengaruhi kinerjanya. Dengan demikian, teori yang menyatakan bahwa tingkat kepercayaan diri dan daya cipta seseorang memengaruhi tingkat kinerjanya adalah benar.

KESIMPULAN

Satu temuan penting dari penelitian tersebut adalah bahwa rasa percaya diri memengaruhi kinerja. Data ini mendukung hipotesis nol bahwa tidak ada hubungan antara rasa percaya diri dan kinerja. Tingkat di mana pelaku UMKM mampu berkonsentrasi, membentuk tujuan mereka, dan meningkatkan upaya mereka berkorelasi langsung dengan tingkat rasa percaya diri mereka.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kreativitas memengaruhi kinerja. Dengan demikian, data mendukung gagasan bahwa kreativitas memengaruhi kinerja. Pelaku dari UMKM dapat dengan bebas menggunakan beragam bakat, perspektif, pengetahuan, pengalaman, dan kemampuan mereka untuk menghasilkan ide-ide segar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja dipengaruhi oleh rasa percaya diri dan daya cipta. Temuan ini memberikan kepercayaan pada gagasan bahwa kreativitas dan rasa percaya diri memengaruhi kinerja. Ketika orang secara alami kreatif, hal itu meningkatkan kepercayaan diri mereka pada keahlian mereka sendiri dan kemampuan untuk mewujudkan ide-ide mereka sendiri, yang pada gilirannya meningkatkan kinerja mereka

SARAN

Untuk pelaku UMKM kuliner di Kota Gorontalo agar mampu meningkatkan rasa kepercayaan diri agar dapat menentukan keberhasilan atau kegagalan, karena kepercayaan diri membantu konsentrasi, mempengaruhi tujuan, dan meningkatkan usaha. Untuk pelaku UMKM kuliner di Kota Gorontalo agar yakin dalam kemampuan mengembangkan usaha dan dapat meningkatkan ide-ide kreatif. Kepada pelaku UMKM diharapkan untuk lebih menguasai pada berbagai bidang, agar pelaku UMKM dapat meningkatkan sikap positif dalam menghadapi kegagalan dan meningkatkan kemampuan diri.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, I. Z. (2020). Optimalisasi Kinerja Karyawan Menggunakan Pendekatan Knowledge Management & Motivasi Kerja. Pasuruan: Qiara Media.
- Andi Hendrawan, Ferri Kuswanto, Hari Sucahyawati, 2019. Dimensi Kreativitas Dan Pengembangan Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). Jurnal HUMMANSI (Humaniora, Manajemen, Akuntansi). Vol 2, No 1
- Anra Tinambunan, Muhammad Rafif Akbarsyah, M. Z. E. (2023). Pengaruh kualitas kehidupan kerja dan kepercayaan diri dan budaya perusahaan terhadap peningkatan kinerja karyawan. 2(01), 227-232.
- Anita, I. W. (2017). Implementasi pembelajaran berbasis proyek untuk menumbuhkan kemampuan berpikir kreatif matematis mahasiswa. *JPPM (Jurnal Penelitian dan Pembelajaran Matematika)*, 10(1).
- Bunga Aditi, H.M. Hermansyur, 2017. Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UMKM Di Kota Medan. Jurnal Manajemen Tools. Vol 7, No 1.
- Dama, Jihanti, dan Ogi, Imelda W.J. 2018. Pengaruh Inovasi dan Kreativitas Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Manado. Jurnal EMBA, Vol.6 No.1, Januari 2018, Hal:41-50. ISSN:2303-1174.
- Dewi, Rahma Puspa, 2021. Pengaruh Media Sosial Dan Rasa Percaya Diri (*Self Confidence*) Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Manajemen Ekstensi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis USU.
- Efendi Febriansyah, Muhajirin, 2020. Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha UKM Tenun Motif Renda Kota Bima. Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan. Vol 2, No 2
- Ernani Hadiyati, 2012. Kreativitas Dan Inovasi Pengaruhnya Terhadap Pemasaran Kewirausahaan Pada Usaha Kecil. Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan. Vol 1, No 3
- Fariyatus Sa'adah, Ettie Rukmigarsari, Tri Candra Wulandari, 2021. Pengaruh *Self Confidence* Dan *Self Efficacy* Terhadap Kemampuan Pemecahan Masalah Matematis. Jurnal penelitian, pendidikan, dan pembelajaran. Vol 16, No 12
- Fitriani Kadir, 2018. Pengaruh *Self Action* Dan *Self Efficacy* Terhadap Kreativitas Mahasiswa Dalam Kegiatan Praktikum Fisika Dasar Jurusan Pendidikan Fisika. Jurnal Pendidikan Fisika. Vol 6, No 3
- Garaika, Helisia Margahana, 2019. *Self Efficacy , Self Personality And Self Confidence On Entrepreneurial Intention : Study On Young Enterprises. Jurnal Of Entrepreneurship Education*. Vol 22, No 1
- Gelmar Garcia Vidal, Alexander Sanchez Rodriguez, Rey Perez Campdesuner and Rodobaldo Martinez Vivar, 2019. *The Impact Of Self Confidence, Creativity And Vision On Leadership Performance: Perceptions At Ecuadorian Smes Owner/Managers. Serbian Journal Of Management*. Vol 14, No 2
- Ghufron, M. dan Risnawati, N.R. (2014). Teori - Teori Psikologi. Yogyakarta: ArRuzz Media.
- H. Mochamad Edwar Romli, 2019. Kreativitas dan Inovasi Dalam Pemasaran Untuk Mempertahankan Dan Mengembangkan Kinerja Merek. Jurnal Media Wahana Ekonomika. Vol 16, No 3

- Herdiyanti, Muslim Wijaya, dan Teddi Pribadi, 2021. Pengaruh *Self Confidence* Dan Pendelegasian Wewenang Terhadap Kinerja Karyawan Pada PTPN IV Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*. Vol 2, No 2
- Indria, 2021. Pengaruh Kreativitas, Inovasi Dan Transformasi Digital Terhadap Kewirausahaan UMKM Di Pangkalpinang. *Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis (JIPM)*. Vol 8, No 2
- Juniaty Ismail, 2021. Analisis Dampak Covid 19 Pada UMKM Provinsi Gorontalo. *Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*. Vol 10, No 2
- Kamila, A. S., Alda Septiliani, Sri Suwarsi, and Rusman Frendika, 2020. Pengaruh *Self Efficacy* Dan *Self Confidence* Terhadap Kinerja Karyawan Divisi Penjualan PT. Unza Vitalis Bandung. *Prosiding Manajemen*, Vol 6, No 1
- Latief, A., Rosalina, D., & Apiska, D. (2019). Analisis Hubungan Antar Manusia terhadap Kinerja Karyawan. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 128.
- Leon Agustina. 2020. Hubungan *Self Confidence* Dengan Motivasi Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Angkatan 2016 IAIN Bukittinggi. IAIN Bukit Tinggi
- Maharani, Salsabila dan Rusman Frendika (2023). Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Kinerja Karyawan Restoran Gubug Makan Mang Engking Lembang. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*. Vol 3, No 1.
- Maskarto Lucky Nara Rosmadi, 2021. Inovasi dan Kreativitas Pelaku Usaha UMKM di Era Covid-19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*. Vol 4, No 2.
- Parwisagita, A. S, 2021. Pengaruh Kepercayaan Diri Dan Kreativitas Terhadap Keinginan Berwirausaha Siswa Kelas XI SMK Muhammadiyah 2 Ngawi. (*Doctoral Dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surakarta)
- Pristiyono, Ikhlah, M., Rafika, M., & Hasibuan, D. K. (2020). Implementasi Work from Home terhadap Motivasi dan Kinerja Dosen di Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 8(2), 263–269.
- Priyanto, Dwi . 2014. SPSS 22 : pengolahan data terpraktis, Yogyakarta : Andi Offset
- Punto, S., 2013. Pengaruh Kreativitas Dan Sikap Mandiri Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2010/2011 Universitas Muhammadiyah Surakarta. (*Doctoral Dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Puspitaningsih, F. (2016). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Wirausaha Dengan *Self Efficacy* Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Stkip PGRI Trenggalek. *Dewantara*, 2(1), 71–84.
- Putra, Wira Mahardika dan Bayu, Kartib. 2017. Pengaruh Kreativitas, Inovasi, dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen UNIKOM*. Vol.2 No.2, Tahun 2017. ISSN: 2460-089X.
- Ratno Purnomo, Sri Lestari, 2020. Pengaruh Kepribadian, *Self Efficacy*, Dan Locus Of Control Terhadap Persepsi Kinerja Usaha Skala Kecil Dan Menengah. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*. Vol 17, No 2
- Rerung, Rintho Rante. 2019. Peningkatan Kinerja Karyawan Melalui Employee Engagement Dan Organizational Citizenship Behavior. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Reza, M., Widjaja, H. A., & Hidayanto, A. N. (2016, November). Acceptance of HIS usage level in hospital with SEM-PLS as analysis methodology: Case study of a private hospital in Indonesia. In *2016 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)* (pp. 112-117). IEEE.
- Riyanti, B.P.D. (2019). *Kreativitas dan Inovasi di Tempat Kerja*. Jakarta: Atma Jaya.
- Rr Ponco Dewi Karyaningsih, Agus Wibowo, 2017. Hubungan Kreativitas, Efikasi Diri dan Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi & Bisnis*. Vol 5, No 2

- Sitepu, D. L., Opod, H., & Pali, C. (2016). Hubungan tingkat kepercayaan diri dengan obesitas pada siswa SMA Negeri 1 Manado. *e-Biomedik*, 4(1).
- Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Supriatna, N. & Maulidah, N. (2020). Pedagogi Kreatif. Menumbuhkan Kreativitas dalam Pembelajaran Sejarah dan IPS. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suryana. 2014. kewirausahaan; Kiat dan Proses Menuju Sukses. Salemba Empat, Jakarta.
- Tamia Septiani, Muhammad Abdussalam Hudanagara, Heris Hendriana, Ika Wahyu Anita, 2018. Pengaruh *Self Confidence* Dan *Self Efficacy* Terhadap Kemampuan Berpikir Kreatif Matematis Siswa SMP. *Jurnal Pembelajaran Matematika Inovatif*. Vol 1, No 2
- Tresnawati, T., Hidayat, W., & Rohaeti, E. E. (2017). Kemampuan Berpikir Kritis Matematis dan Kepercayaan Diri Siswa SMA. *Symmetry: Pasundan Journal of Research in Mathematics Learning and Education*, 2(2), 39-45.
- Triana, I.K.D.L., Yanti, N.P.E.D., & Sulistiowati, N. M. D. (2017). Determinant of associate nurses' self-efficacy in treatment room installation of Hospital in Bali, Indonesia. *Proceeding 2nd Udayana International Nursing Conference*. University of Udayana. Bali
- Utami Munandar (2016). Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat. Jakarta: Rineka Cipta
- Zimmerer, Thomas W Dkk. 2008. Kewirausahaan Dan Manajemen Usaha Kecil Edisi 5 Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.