

Membongkar Hubungan Antara Kreativitas Dan Minat Berwirausaha Mahasiswa Papua Di Universitas Nani Bili Nusantara

Reijeng Tabara^{1*}, La Jejen²

¹Univeritas Nani Bili Nusantara, Politeknik Baubau²

Email: regentabara@gmail.com¹, jhenosena2@gmail.com²

Koresponden*

Diterima : 2025-11-05

Direvisi : 2025-11-18

Disetujui : 2025-11-24

Abstracts

This study aims to examine the influence of creativity on entrepreneurial interest among students at Nani Bili Nusantara University in Sorong, Indonesia. Data were obtained through questionnaires collected from 225 students using a random probability sampling technique. Structural equation modeling (SEM) was used to analyze the data, assessing the direct influence of creativity on entrepreneurial interest. The results show that creativity has a positive and significant effect on entrepreneurial interest. This study contributes to understanding how creativity plays a crucial role in fostering entrepreneurial interest among Papuan students in a cultural context such as Papua. From a practical perspective, these findings suggest that higher education institutions need to develop strategies and programs that focus on enhancing creativity through practical, collaborative, and project-based approaches to foster future entrepreneurial spirit. These insights are particularly useful for similar educational settings seeking to advance entrepreneurial development in resource-rich and culturally diverse regions.

Keywords: *Creativity, Entrepreneurship Interest, Papuan Students*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kreativitas terhadap minat berwirausaha di kalangan mahasiswa Universitas Nani Bili Nusantara Sorong, Indonesia. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 250 siswa dengan menggunakan teknik pengambilan sampel secara probabilitas acak. Pemodelan persamaan struktural (SEM) digunakan untuk menganalisis data, menilai pengaruh langsung kreativitas terhadap minat berwirausaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh

positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha. Studi ini memberikan kontribusi dalam memahami bagaimana kreativitas berperan sebagai faktor penting dalam menumbuhkan minat berwirausaha pada mahasiswa Papua dalam konteks budaya seperti Papua. Dari segi praktis, temuan ini menunjukkan bahwa institusi pendidikan tinggi perlu mengembangkan strategi dan program yang fokus pada peningkatan kreativitas melalui pendekatan praktis, kolaboratif, dan berbasis proyek untuk membangun jiwa kewirausahaan masa depan. Wawasan ini sangat berguna bagi lingkungan pendidikan serupa yang berupaya memajukan pembangunan kewirausahaan di daerah yang kaya sumber daya alam dan keberagaman budaya

Kata Kunci: Kreativitas, Minat Berwirausaha, Mahasiswa Papua

PENDAHULUAN

Kreativitas sebagai sebuah konstruk penelitian dalam bidang manajemen dan menjadi salah satu isu penting dalam bidang pendidikan serta kewirausahaan (Wang et al., 2022). Banyak peneliti dunia terus membahasnya dengan berbagai perspektif yang menjadi sudut pandang ketertarikannya. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa kreativitas berperan krusial dalam membentuk cara berpikir inovatif, kemampuan memecahkan masalah, dan keberanian mengambil risiko dalam menciptakan peluang usaha baru (Li et al., 2023; Machali et al., 2021). Dalam konteks dunia modern yang dinamis, individu yang memiliki tingkat kreativitas tinggi cenderung lebih mampu beradaptasi terhadap perubahan dan berinovasi untuk mencapai keberhasilan ekonomi dan sosial (De Dreu et al., 2024).

Lebih lanjut, kreativitas dipandang sebagai kemampuan kognitif dan afektif yang memungkinkan individu untuk menghasilkan ide-ide baru, orisinal, serta relevan dengan kebutuhan pasar. Torrance, (1974) menjelaskan bahwa kreativitas terdiri dari beberapa dimensi utama, yaitu kelancaran (kelancaran berpikir), fleksibilitas (keluwesan berpikir), orisinalitas (orisinalitas), dan elaborasi (pengembangan ide). Dimensi-dimensi tersebut menjadi dasar penting dalam menilai kemampuan individu untuk mengembangkan solusi inovatif terhadap berbagai tantangan kewirausahaan (Torrance, 1966). Namun, teori klasik Torrance tersebut dikembangkan dalam konteks psikologis dan pendidikan umum di negara

maju, sehingga belum sepenuhnya menjelaskan bagaimana kreativitas berfungsi dalam konteks kewirausahaan siswa di negara berkembang (Sarooghi et al., 2015; Vafaei-Zadeh et al., 2023). Banyak penelitian terdahulu yang lebih menekankan kreativitas sebagai kemampuan berpikir divergen semata, padahal dalam praktik kewirausahaan, kreativitas juga dipengaruhi oleh faktor sosial, budaya, dan lingkungan pembelajaran (Amabile & Pratt, 2016).

Mahasiswa merupakan aset strategi penting bagi kemajuan suatu bangsa merupakan generasi penerus yang diharapkan mampu menciptakan inovasi, membuka lapangan kerja, dan mendorong pertumbuhan ekonomi (Chen & Shih, 2025). Dalam konteks ini, kreativitas menjadi faktor penting yang menentukan kemampuan individu untuk berpikir kreatif, menemukan solusi baru, dan menciptakan peluang usaha secara mandiri (Ariella et al., 2023). Kreativitas tidak hanya mencerminkan kemampuan berpikir yang berbeda-beda, tetapi juga menjadi dasar munculnya minat berwirausaha, terutama di kalangan mahasiswa (Zampetakis & Moustakis, 2006). Menurut Zampetakis & Moustakis, (2006), kreativitas memiliki peran penting dalam pembentukan orientasi kewirausahaan karena mendorong individu untuk berpikir inovatif dan mengambil risiko dalam menciptakan peluang bisnis. Pandangan ini diperkuat oleh Rosangela et al., (2026) yang menegaskan bahwa kreativitas merupakan inti dari proses kewirausahaan yang menuntut kemampuan untuk mengubah ide menjadi nilai ekonomi.

Pratomo & Wardani, (2021) menegaskan bahwa pendidikan kewirausahaan di perguruan tinggi tidak hanya bertujuan untuk mentransfer pengetahuan bisnis, tetapi juga menumbuhkan pola pikir kreatif dan kemampuan inovatif mahasiswa. Sejalan dengan itu, Ferreira et al., (2012) menemukan bahwa kreativitas dan inovasi merupakan determinan penting dalam membangun niat serta kesiapan mahasiswa untuk terlibat dalam kegiatan kewirausahaan. Bagi mahasiswa Papua, hubungan antara kreativitas dan minat berwirausaha memiliki makna yang lebih luas. Daerah Papua memiliki kekayaan sumber daya alam dan potensi lokal yang besar, namun tingkat partisipasi generasi muda dalam kegiatan kewirausahaan masih relatif rendah. Misalnya, sebuah studi menemukan bahwa mahasiswa Papua di beberapa universitas cenderung kurang tertarik menjadi pelaku usaha dibanding lulusan asal lain karena faktor lingkungan dan karakteristik lokal (Bharanti, 2016). Kondisi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti keterbatasan akses modal, pendampingan bisnis, serta kurangnya

kepercayaan diri dalam mengembangkan ide kreatif menjadi usaha nyata. Oleh karena itu, menumbuhkan kreativitas di kalangan mahasiswa Papua dapat menjadi senjata penting untuk mendorong munculnya wirausahawan muda yang inovatif, berdaya saing, dan berorientasi pada pembangunan daerah.

Oleh karena itu penting untuk mengungkap secara lebih mendalam bagaimana hubungan kreativitas berkontribusi terhadap peningkatan minat berwirausaha mahasiswa Papua. Penelitian ini tidak hanya relevan dalam konteks akademik, tetapi juga memiliki makna praktis bagi pengembangan kebijakan pendidikan kewirausahaan di wilayah timur Indonesia. Melalui pemahaman hubungan antara kreativitas dan minat berwirausaha, universitas dan pemangku kepentingan dapat merancang strategi pembelajaran yang lebih kontekstual, inspiratif, dan memberdayakan mahasiswa Papua sebagai agen perubahan ekonomi dan sosial di masa depan.

METODE PENELITIAN

Studi ini mengusulkan kerangka kerja penelitian teoretis yang dikembangkan berdasarkan tinjauan pustaka yang ekstensif. Studi ini menguji model secara empiris pengaruh kreatifitas terhadap minat berwirausaha mahasiswa papua Universitas Nani Bili Nusantara (UNBN). Gambar 1 menunjukkan kerangka kerja teoretis dari studi penelitian ini, yang memiliki satu variabel independent meliputi Kreatifitas dan satu variabel dependen, yaitu minat berwirausaha. Data primer dikumpulkan dari sampel 250 mahasiswa di UNBN melalui probabilitas acak dan Teknik sampling. UNBN adalah lembaga akademik swasta dikabupaten sorong yang diawasi oleh Kementerian Pendidikan Tinggi Sains dan Teknologi Republik Indonesia. Kami menggunakan Kuesioner dengan validitas dan reliabilitas yang telah teruji. Metode distribusi dan pengumpulan yang digunakan untuk menjamin tingkat respons yang tinggi adalah metode drop-off and pick-up (Ackoff et al., 2010). Item kuesioner dinilai pada skala Likert lima poin di mana 1 menunjukkan ketidaksetujuan absolut dan 5 menunjukkan persetujuan absolut. Sebanyak 250 kuesioner didistribusikan, dan 225 berhasil dikumpulkan dan divalidasi untuk analisis statistik lebih lanjut. Ini mewakili tingkat respons yang dapat diterima sebesar 90 persen. Analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan adalah pemodelan persamaan struktural menggunakan teknik kuadrat terkecil parsial (Hair, J.

F.; Black, W. C.; Babin, B. J.; Anderson, 2014). Dua teknik digunakan yaitu evaluasi model luar dan dalam serta efek pengaruh langsung menggunakan metode bootstrapping untuk menguji pengaruh antar kedua variabel tersebut (Henseler et al., 2016). Variabel Kreativitas (X) diukur menggunakan 5 item indikator, yaitu: 1) kemampuan dalam membuat sebuah perubahan, 2) memiliki suatu kepekaan, 3) mempunyai ide-ide yang baru, 4) optimis, dan 5) mampu bekerjasama (Kim, 2006; Runco & Acar, 2012). Variabel minat berwirausaha (Y) diukur dengan 3 item indikator: 1) seberapa kuat upaya seseorang berani mencoba berwirausaha, 2) seberapa banyak upaya yang direncanakan seseorang untuk melakukan aktivitas kewirausahaan dan 3) karir berwirausaha (Liñán & Chen, 2009).

PEMBAHASAN

A. Hasil

Validity dab Reliability of measurement model

Uji outer model mencakup beberapa tahapan untuk menilai validitas dan reliabilitas (Hair et al., 2019). Penilaian validitas dibagi menjadi dua jenis utama yaitu validitas convergen dan validitas diskriminan. Convergen validity mengacu pada tingkat keselarasan suatu ukuran dengan ukuran lain dalam konstruk yang sama (Taylor et al., 2007). Validitas Diskriminant ditetapkan dengan menunjukkan korelasi yang kuat antara instrumen dan ukuran lain yang terkait secara teoritis untuk merepresentasikan konstruk yang sama (Alam et al., 2025). Untuk memastikan validitas convergen instrumen penelitian, kami memeriksa factor loadings, Cronbach's alpha, average variance extracted (AVE) dan nilai composite reliability (CR) (Hair et al., 2019). Hasil pada Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai Cronbach's alpha berada di atas tingkat yang direkomendasikan, yaitu 0.7; AVE untuk semua ukuran lebih tinggi daripada nilai yang direkomendasikan, yaitu 0.50; semua CR untuk semua ukuran lebih tinggi daripada nilai yang direkomendasikan, yaitu 0.70; dan factor loadings untuk semua item berada di atas nilai yang direkomendasikan, yaitu 0.7, menurut (Hair et al., 2019).



Gambar 1. Analisis Outer Model

Seperti yang disajikan pada Gambar 1, setiap elemen atau indikator menunjukkan outer loadings yang melebihi 0.7, sehingga memenuhi ambang batas yang ditetapkan (Hair et al., 2019), seperti yang dijelaskan secara rinci pada Tabel 1. Setiap item indikator pada Tabel 1 menunjukkan outer loadings di atas 0.7, yang mengonfirmasi keandalan ukuran yang dievaluasi. Keandalan instrumen penelitian yang menunjukkan konsistensi dalam variabel pengembangan laten telah terkonfirmasi, karena seluruh konstruk (Tabel 1) memiliki nilai Cronbach's Alpha yang melebihi ambang batas 0.70.

Tabel 1. Reliability dan Validity

Variabel	Item Indikator	Outer Loadings	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Kreatifitas	X1.1	0,872	0,927	0,927	0,945	0,774
	X1.2	0,879				
	X1.3	0,876				
	X1.4	0,897				
	X1.5	0,873				
Minat Berwirausaha	Y1.1	0,878	0,856	0,857	0,913	0,777
	Y1.2	0,865				
	Y1.3	0,901				

Sumber : Data Primer, diolah 2025

Mengevaluasi Convergen Validity konstruk merupakan bagian krusial dari proses ini. Validitas convergen dianggap memadai ketika faktor loadings

melebihi 0.7 dan AVE lebih besar dari 0.5 (Hair et al., 2019). Diskriminant Validity menilai seberapa berbeda suatu ukuran dari konstruk lain yang secara teoritis tidak terkait dengannya ((Alam et al., 2025). Diskriminant Validity ditetapkan dengan membandingkan AVE setiap variabel laten dengan korelasi kuadrat (R^2) antar variabel laten dan dikonfirmasi ketika factor loadings untuk setiap variabel melebihi pemuatan silang pada variabel lain (Hair dkk., 2020). Sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 2, semua variabel laten mencapai nilai AVE lebih besar dari 0.7.

Agar model memenuhi kriteria model fit, nilai SRMR harus kurang dari 0.05 (Cangur & Ercan, 2015). Namun berdasarkan penjelasan dari SMARTPLS, batasan atau kriteria model fit antara lain yaitu Nilai *RMS Theta* atau *Root Mean Square Theta* <0.102 atau Nilai SRMR atau *Standardized Root Mean Square* <0.10 atau <0.08. Pada table 3 hasil pengujian *goodness of fit SRMR*, nilai SRMR = 0.048 <0.1, maka disimpulkan model telah FIT. Dalam analisis PLS, setelah model terbukti fit, pengujian pengaruh antar variabel dapat dilakukan. Pengujian pengaruh tersebut meliputi pengujian pengaruh langsung.

Table 2 Model Fit

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0,048	0,048
d_ULS	0,081	0,081
d_G	0,076	0,076
Chi-Square	107,006	107,006
NFI	0,925	0,925

Sumber : Data Primer, diolah 2025

Structural Model (Inner Model)

Dalam model struktural ini, pengukuran dilakukan untuk memprediksi dan menguji hubungan kausal antara variabel laten yang digunakan (Hair et al., 2019). Salah satu parameter kunci yang diuji adalah nilai R-Square (R^2). Nilai R^2 yang tinggi menunjukkan model penelitian yang baik dengan pengukuran yang akurat (Hair et al., 2019). Hipotesis biasanya dianggap signifikan ketika nilai koefisien jalur, seperti yang ditunjukkan oleh T-statistik, melebihi 1.96 untuk uji dua sisi pada tingkat signifikansi 0.05 (Abulela & Harwell, 2020). Nilai P-value menunjukkan probabilitas untuk mengamati hasil yang sama ekstremnya, atau lebih ekstrem daripada data, dengan asumsi hipotesis nolnya benar (Dahiru, 2011).

Tabel 3 Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kreatifitas -> Minat Berwirausa ha	0,762	0,768	0,040	19,275	0,000

Sumber : Sumber : Data Primer, diolah 2025

Hasil model pengukuran yang ditampilkan pada Tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh hipotesis dengan efek langsung mendapat dukungan berdasarkan hasil analisis bootstrap. Hipotesis 1 (H1), yang menyatakan bahwa kreatifitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, terbukti benar dengan nilai T-statistik sebesar 19.275 (>1.96) dan nilai P-value sebesar 0.000 (<0.05).

B. Pembahasan

Temuan empiris penelitian ini secara meyakinkan mendukung hipotesis pertama, yang menyatakan bahwa kreativitas berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha mahasiswa Papua. Hasil ini menegaskan bahwa tingkat kreativitas yang tinggi mendorong mahasiswa untuk lebih berani, inovatif, dan berinisiatif dalam memulai usahanya secara mandiri. Temuan ini memperkuat berbagai penelitian terdahulu yang menonjolkan pentingnya kreativitas sebagai pendorong utama perilaku kewirausahaan (Ozaralli & Rivenburgh, 2016). Secara khusus, literatur sebelumnya juga menunjukkan bahwa kreativitas tidak hanya berperan dalam menghasilkan ide-ide baru, tetapi juga membantu individu menavigasi sekilas, menemukan peluang, serta menciptakan solusi inovatif dalam konteks bisnis (Cordova-Buiza et al., 2023; FILLIS & RENTSCHLER, 2010; Hashmi & Nabi Khan, 2018; Yar et al., 2008).

Lebih jauh, sejumlah penelitian menjelaskan mekanisme bagaimana kreativitas mempengaruhi minat berwirausaha, yaitu melalui penguatan kepercayaan diri, kemampuan berpikir divergen, serta keinginan untuk mewujudkan ide menjadi produk atau jasa bernilai ekonomi (Karabulut, 2016). Faktor-faktor ini secara langsung meningkatkan dorongan mahasiswa untuk mengeksplorasi potensi diri dan menciptakan peluang usaha baru (Hashmi & Nabi Khan, 2018). Dengan demikian, temuan penelitian di kalangan mahasiswa Papua ini sejalan dengan tren global yang menekankan

peran sentral kreativitas dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan. Hasil ini tidak hanya memperkuat literatur, tetapi juga memberikan kontribusi kontekstual terhadap pemahaman mengenai bagaimana kreativitas dapat menjadi katalis bagi pengembangan wirausaha muda di daerah dengan keragaman budaya dan potensi lokal yang unik seperti Papua.

PENUTUP

Penelitian ini mengidentifikasi faktor utama yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa Papua, dengan penekanan khusus pada kreativitas sebagai faktor utama yang membentuk kecenderungan kewirausahaan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kreativitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berwirausaha, yang mengindikasikan bahwa mahasiswa dengan tingkat kreativitas tinggi lebih cenderung menghasilkan ide-ide inovatif, mengembangkan solusi baru, serta mewujudkan ide-ide tersebut menjadi peluang usaha yang nyata. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kreativitas tidak hanya berfungsi sebagai sumber inspirasi bisnis, tetapi juga sebagai katalis yang memperkuat rasa percaya diri, keberanian mengambil risiko, serta kemampuan beradaptasi terhadap tantangan kewirausahaan. Dalam konteks mahasiswa Papua, pengaruh ini menjadi semakin menonjol karena kreativitas sering kali berkaitan erat dengan potensi lokal, nilai-nilai budaya, serta upaya untuk mencapai kemandirian ekonomi daerah.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan agar perguruan tinggi dan lembaga pengembangan kewirausahaan di Papua memanfaatkan hasil penelitian ini untuk merancang program pembelajaran dan pelatihan yang mendorong pengembangan kreativitas melalui pendekatan yang praktis, kolaboratif, dan berbasis proyek, guna menumbuhkan kapasitas kewirausahaan mahasiswa. Meskipun memberikan kontribusi teoritis dan praktis yang bernilai, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain ukuran sampel yang relatif kecil, cakupan geografis yang spesifik, dan fokus khusus pada kreativitas sebagai satu-satunya variabel prediktor. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas ruang analisis dengan menambahkan variabel lain seperti efikasi diri, lingkungan sosial, atau pendidikan kewirausahaan, serta menguji model penelitian ini di konteks wilayah lain untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif

mengenai dinamika minat berwirausaha di kalangan pelajar Indonesia bagian timur.

DAFTAR PUSTAKA

- Abulela, M. A. A., & Harwell, M. M. (2020). Data analysis: Strengthening inferences in quantitative education studies conducted by novice researchers. *Educational Sciences: Theory and Practice*, 20(1). <https://doi.org/10.12738/jestp.2020.1.005>
- Ackoff, R. L., Aguilera-Caracuel, J., Hurtado-Torres, N. E., Aragón-Correa, J. A., Al-Mawali, H., Al-Shbiel, S. O., Alavi, M., Kayworth, T. R., Leidner, D. E., Albino, V., Garavelli, A. C., Gorgoglione, M., Alfaadhel, S., Allame, S. M., Nouri, B. A., Tavakoli, S. Y., Shokrani, S. A. R., Allame, S. M., Nouri, B. A., ... van Tartwijk, J. (2010). Business research methods. *Journal of Knowledge Management*, 14(1).
- Alam, S. S., Haq, M. R., Kokash, H. A., Ahmed, S., & Ahsan, M. N. (2025). Approaches and applications of business research methods. In *Approaches and Applications of Business Research Methods*. <https://doi.org/10.4018/979-8-3373-2377-0>
- Amabile, T. M., & Pratt, M. G. (2016). The dynamic componential model of creativity and innovation in organizations: Making progress, making meaning. In *Research in Organizational Behavior* (Vol. 36). <https://doi.org/10.1016/j.riob.2016.10.001>
- Ariella, Y., Hongdiyanto, C., Hartono, W., & Ongkowijoyo, G. (2023). The impact of entrepreneurial education, mindset, and creativity on entrepreneurial intention: mediating role of entrepreneurial self-efficacy of students in Indonesia. *Proceedings of SPIE - The International Society for Optical Engineering*, 12936. <https://doi.org/10.1117/12.3012049>
- Bharanti, B. E. (2016). Determinants of Entrepreneurial Intention of Papuan Students (A Study in Universities in Jayapura). *Journal of Education and Vocational Research*, 7(1). <https://doi.org/10.22610/jevr.v7i1.1221>
- Cangur, S., & Ercan, I. (2015). Comparison of model fit indices used in structural equation modeling under multivariate normality. *Journal of*

- Modern Applied Statistical Methods*, 14(1).
<https://doi.org/10.22237/jmasm/1430453580>
- Chen, M.-K., & Shih, Y.-H. (2025). The role of higher education in sustainable national development: Reflections from an international perspective. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 9(4), 1343–1351. <https://doi.org/10.55214/25768484.v9i4.6262>
- Cordova-Buiza, F., Toribio-Tamayo, G., Garcia-Portuguez, M. A. J., & Martinez-Torres, D. C. (2023). Factors influencing the Entrepreneurial Intention of University Business Students: Evidence from Lima-Peru. *Proceedings of the European Conference on Innovation and Entrepreneurship, ECIE*, 1. <https://doi.org/10.34190/ecie.18.1.1397>
- Dahiru, T. (2011). P-Value, a true test of statistical significance? a cautionary note. *Annals of Ibadan Postgraduate Medicine*, 6(1).
<https://doi.org/10.4314/aipm.v6i1.64038>
- De Dreu, C. K. W., Nijstad, B. A., & Baas, M. (2024). Human creativity: Functions, mechanisms, and social conditioning. In *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 69).
<https://doi.org/10.1016/bs.aesp.2023.11.004>
- Ferreira, J. J., Raposo, M. L., Rodrigues, R. G., Dinis, A., & do Paço, A. (2012). A model of entrepreneurial intention: An application of the psychological and behavioral approaches. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(3).
<https://doi.org/10.1108/14626001211250144>
- FILLIS, I., & RENTSCHLER, R. (2010). THE ROLE OF CREATIVITY IN ENTREPRENEURSHIP. *Journal of Enterprising Culture*, 18(01).
<https://doi.org/10.1142/s0218495810000501>
- Hair, J. F.; Black, W. C.; Babin, B. J.; Anderson, R. E. (2014). Multivariate Data Analysis. In *Statistica Neerlandica*.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-9574.1962.tb01184.x>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. In *European Business Review* (Vol. 31, Issue 1). <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hashmi, S. A., & Nabi Khan, S. (2018). Entrepreneurial Behavior among University Students: Empirical Evidence from Pakistan. *Lahore Journal of Business*, 6(2). <https://doi.org/10.35536/ljb.2018.v6.i2.a5>

- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2016). Testing measurement invariance of composites using partial least squares. *International Marketing Review*, 33(3). <https://doi.org/10.1108/IMR-09-2014-0304>
- Karabulut, A. T. (2016). Personality Traits on Entrepreneurial Intention. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 229. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.07.109>
- Kim, K. H. (2006). Can we trust creativity tests? A review of the Torrance Tests of Creative Thinking (TTCT). *Creativity Research Journal*, 18(1). https://doi.org/10.1207/s15326934crj1801_2
- Li, Y., Cao, K., & Jenatabadi, H. S. (2023). Effect of entrepreneurial education and creativity on entrepreneurial intention in college students: mediating entrepreneurial inspiration, mindset, and self-efficiency. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1240910>
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(3). <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00318.x>
- Machali, I., Wibowo, A., Murfi, A., & Narmaditya, B. S. (2021). From teachers to students creativity? the mediating role of entrepreneurial education. *Cogent Education*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2021.1943151>
- Ozaralli, N., & Rivenburgh, N. K. (2016). Entrepreneurial intention: antecedents to entrepreneurial behavior in the U.S.A. and Turkey. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 6(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-016-0047-x>
- Pratomo, L. C., & Wardani, D. K. (2021). The effectiveness of design thinking in improving student creativity skills and entrepreneurial alertness. *International Journal of Instruction*, 14(4), 695–712. <https://doi.org/10.29333/iji.2021.14440a>
- Rosangela, F., Ricky, C., Massimiliano, V., Antonio, B., Chiara, C., & Roberto, P. (2026). Identifying the Catalysts of Students' Entrepreneurial Intentions: The Role of Creativity and Digital Innovation. *Springer Proceedings in Complexity*, 251–260. https://doi.org/10.1007/978-3-031-78623-5_21

- Runco, M. A., & Acar, S. (2012). Divergent Thinking as an Indicator of Creative Potential. In *Creativity Research Journal* (Vol. 24, Issue 1). <https://doi.org/10.1080/10400419.2012.652929>
- Saroghi, H., Libaers, D., & Burkemper, A. (2015). Examining the relationship between creativity and innovation: A meta-analysis of organizational, cultural, and environmental factors. *Journal of Business Venturing*, 30(5). <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2014.12.003>
- Taylor, S. A., Hunter, G. L., & Lindberg, D. L. (2007). Understanding (customer-based) brand equity in financial services. *Journal of Services Marketing*, 21(4). <https://doi.org/10.1108/08876040710758540>
- Torrance, E. P. (1966). Torrance tests of creative thinking: Norms-technical manual (Research Edition). In *Null: Vol. null*.
- Torrance, E. P. (1974). The Torrance Tests of Creative Thinking-Norms-Technical Manual Research Edition-Verbal Tests, Forms A and B-Figural Tests, Forms A and B. *Princeton, NJ: Personnel Press*.
- Vafaei-Zadeh, A., Ganesan, V., Hanifah, H., Teoh, A. P., & Ramayah, T. (2023). Cyber-entrepreneurial intention among students in Public Universities: evidence from an Emerging Country. *Education and Information Technologies*, 28(5). <https://doi.org/10.1007/s10639-022-11362-4>
- Wang, C., Mundorf, N., & Salzarulo-McGuigan, A. (2022). Entrepreneurship education enhances entrepreneurial creativity: The mediating role of entrepreneurial inspiration. *International Journal of Management Education*, 20(2). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100570>
- Yar, D. H., Wennberg, W., & Berglund, H. (2008). Creativity in entrepreneurship education. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15(2). <https://doi.org/10.1108/14626000810871691>
- Zampetakis, L. A., & Moustakis, V. (2006). Linking creativity with entrepreneurial intentions: A structural approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2(3), 413–428. <https://doi.org/10.1007/s11365-006-0006-z>