

SKRIPSI

PENGARUH *CREATIVITY, PERCEIVED UTILITY, SELF-CONFIDENCE, ATTITUDES TERHADAP ENTREPRENEURIAL INTENTION* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS TARUMANAGARA



DIAJUKAN OLEH:

NAMA: CHARLEN

NPM: 115150332

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT GUNA
MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

2019

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : CHARLEN
NPM : 115150332
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *CREATIVITY, PERCEIVED
UTILITY, SELF-CONFIDENCE, ATTITUDES*
TERHADAP *ENTREPRENEURIAL INTENTION*
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
TARUMANAGARA.

Jakarta, 26 Juli 2019

Pembimbing,



(Rodhiah Dra., M.M.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : CHARLEN
NPM : 115150332
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEWIRAUSAHAAN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *CREATIVITY, PERCEIVED
UTILITY, SELF-CONFIDENCE, ATTITUDES*
TERHADAP *ENTREPRENEURIAL INTENTION*
PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
TARUMANAGARA.

Tanggal: 5 Agustus 2019

Ketua Penguji :



(I Gede Adiputra Drs., M.M., Dr.)

Tanggal: 5 Agustus 2019

Anggota Penguji :



(Rodhiah Dra., M.M.)

Tanggal: 5 Agustus 2019

Anggota Penguji :



(Lydiawati Soelaiman S.T., M.M.)

ABSTRACT

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

(A) CHARLEN (115150332)

(B) *THE EFFECT OF CREATIVITY, PERCEIVED UTILITY, SELF-CONFIDENCE, ATTITUDES TO ENTREPRENEURIAL INTENTION AT TARUMANAGARA UNIVERSITY STUDENTS*

(C) xvii 55 pages, 2019, tables 21, figure 6, appendix 7

(D) *ENTREPREUR*

(E) *Abstract: The purpose of this study was to determine the effect of creativity, perceived utility, self-confidence, attitudes on entrepreneurial intentions. The sample was chosen using nonprobability sampling technique with a number of 100 respondents from Tarumangara University students. Using a questionnaire distributed and analyzed using the SPSS program.20 Individually and as a whole, the results of this study indicate that creativity, perceived utility, self confidence, attitudes have a positive effect on entrepreneurial intentions. This means that in entrepreneurial intention is Creativity, Perceived utility, self confidence , Attitudes.*

Keywords: Creativity, perceived utility, self Confidence, Attitudes, Entrepreneurial Intention

(F) *References (1986-2018)*

(G) Rodhiah Dra., M.M

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

(A) CHARLEN (115150332)

(B) PENGARUH *CREATIVITY, PERCEIVED UTILITY, SELF-CONFIDENCE, ATTITUDES TO ENTREPRENEURIAL INTENTION* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS TARUMANAGARA

(C) xvii 55 halaman, 2019, tabel 21, gambar 6. Lampiran 7

(D) MANAJEMEN KEWIRAUSAHAAN

(E) Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kreativitas, persepsi kemampuan, percaya diri, sikap terhadap intensi berwirausaha. Sampel dipilih menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan jumlah 100 responden mahasiswa Universitas Tarumangara. Dengan menggunakan kuesioner disebar dan dianalisis dengan menggunakan program *SPSS.20* Secara individu dan keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kreativitas, persepsi kemampuan, percaya diri, sikap berpengaruh positif terhadap intensi berwirausaha. Artinya dalam intensi berwirausaha dibutuhkan kreativitas, persepsi kemampuan, percaya diri, sikap.

Kata Kunci : Kreativitas, Persepsi Kemampuan, Percaya Diri, Sikap, Intensi Berwirausaha

(F) Daftar acuan (1986-2018)

(G) Rodhiah Dra., M.M.