

ABSTRAKSI

Studi ini menguji pengaruh *promotion focus* dimediasi oleh *creative process engagement* terhadap *employee creativity* pada *event organizer* di kota Surabaya. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan sampel sebanyak 151 responden dari 15 perusahaan *event organizer* di kota Surabaya. Hubungan antar variabel yang memediasi *promotion focus* terhadap *employee creativity* dianalisis dengan menggunakan metode VAF, untuk mengetahui apakah didalam variabel *creative process engagement* tersebut termasuk dalam kategori *full mediation*, *partial mediation*, atau *no mediation*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat mediasi antara *problem identification* dengan *promotion focus* dan *employee creativity*, dan juga terdapat mediasi antara *idea generation* dengan *promotion focus* dan *employee creativity*. Akan tetapi, pada *information search and encoding* tidak memediasi hubungan antara *promotion focus* dan *employee creativity* dikarenakan adanya hubungan yang tidak signifikan pada variabel tersebut.

Kata kunci: *Promotion focus, creative process engagement, problem identification, information search and encoding, employee creativity*