

## ABSTRAK

Semua kegiatan usaha memerlukan kreativitas, mulai penciptaan barang atau jasa, cara produksinya, cara pemasaran, cara pembayaran, dan menjaga kesetiaan pembeli untuk terus menggunakan produknya. Dengan semakin meningkatnya persaingan usaha, kreativitas mutlak diperlukan oleh seorang pekerja untuk memenangkan persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Promotion Focus* dan *Prevention Focus* Terhadap *Creativity* dan Dampaknya Terhadap *Task Performance* Dengan *Individual Participation* dan *Intellectual Stimulation* Sebagai Variabel Moderasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang menggunakan kuisioner dan metode *Regression Linier*. Responden dari penelitian ini adalah karyawan pada suatu perusahaan sebanyak 40 orang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Promotion Focus* berpengaruh negatif terhadap *Creativity*, sementara *Prevention Focus* berpengaruh positif terhadap *Creativity*. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan cenderung *Prevention Fokus* lebih dapat mengembangkan kreativitasnya dibandingkan dengan karyawan *Promotion Fokus* yang dimana karyawan tersebut hanya berfokus pada penjualan dan pencapaian target saja. *Creativity* mempunyai dampak positif signifikan terhadap *Task Performance*. Oleh sebab itu, perusahaan bermaksud untuk mempunyai karyawan yang tingkat kreatifitasnya tinggi agar mampu menyelesaikan tugas dengan baik dan sesuai dengan target. Selain itu terdapat variabel moderasi *Intellectual Stimulation* yang tidak dapat memoderasi hubungan antara *Promotion Fokus* dengan *Creativity*, hal ini berbeda dengan moderasi lain yang dimana *Individual Participation* dapat memoderasi hubungan antara *Promotion Fokus* dengan *Creativity*.

**Kata kunci:** *Promotion Focus, Prevention Focus, Creativity, Task Performance, Individual Participation, Intellectual Stimulation*