

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kreativitas terhadap niat berwirausaha secara online, pengaruh kreativitas terhadap *self efficacy*, pengaruh *self efficacy* terhadap niat berwirausaha secara online dan hubungan *self efficacy* yang memediasi kreativitas dan niat berwirausaha secara online. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode PLS. Skala *self efficacy*, skala kreativitas dan skala niat berwirausaha secara online diberikan kepada 80 mahasiswa manajemen 2015 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga yang sudah menerima mata kuliah kewirausahaan yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel memiliki hubungan signifikan. Uji sobel didapat nilai t-statistic sebesar 3,413 yang lebih besar dari batas kritis 1,96 sehingga *self efficacy* berpengaruh signifikan dalam memediasi hubungan antara kreativitas dan niat berwirausaha secara online.

Kata Kunci: *Self Efficacy*, Kreativitas, Niat Berwirausaha, Kewirausahaan