



Department of Digital Business

**Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)**

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 4 (2025) pp: 7366-7373

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

---

## Pengaruh Efikasi Diri terhadap Kreativitas *Makeup Artist Freelance* melalui Motivasi sebagai Variabel Mediasi: Studi Kasus pada *Makeup Artist Freelance* di Kabupaten Gresik

Vellycia Dwi Cintia Radita, Dana Aditya

Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

[vellycleo@gmail.com](mailto:vellycleo@gmail.com), [dana.aditya@uwks.ac.id](mailto:dana.aditya@uwks.ac.id)

### Abstrak

Perkembangan industri kreatif, khususnya di bidang tata rias wajah, menuntut *Makeup Artist (MUA) freelance* untuk memiliki kreativitas yang tinggi serta ketahanan psikologis agar mampu bertahan dan bersaing di tengah persaingan yang semakin ketat. Meskipun kreativitas menjadi faktor kunci dalam keberhasilan profesi ini, penelitian empiris yang mengkaji peran faktor psikologis internal, khususnya efikasi diri dan motivasi, terhadap kreativitas *MUA freelance* dalam konteks *gig economy* masih terbatas, terutama pada tingkat daerah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh efikasi diri terhadap kreativitas *Makeup Artist freelance* di Kabupaten Gresik dengan motivasi sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* terhadap 90 responden *Makeup Artist freelance* di Kabupaten Gresik. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares (PLS)* dengan bantuan aplikasi *SmartPLS* versi 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi, motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas, serta efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas. Selain itu, motivasi terbukti mampu memediasi pengaruh efikasi diri terhadap kreativitas. Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menegaskan bahwa keyakinan diri yang dimiliki oleh *MUA freelance* berperan penting dalam meningkatkan motivasi kerja, yang selanjutnya mendorong munculnya kreativitas dalam menghasilkan karya rias yang unik dan inovatif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian Manajemen Sumber Daya Manusia dalam konteks pekerja lepas, serta memberikan implikasi praktis bagi *Makeup Artist freelance* dalam upaya meningkatkan daya saing dan keberlanjutan karier di industri kreatif.

*Kata kunci:* Efikasi Diri, Motivasi, Kreativitas, *Makeup Artist Freelance*

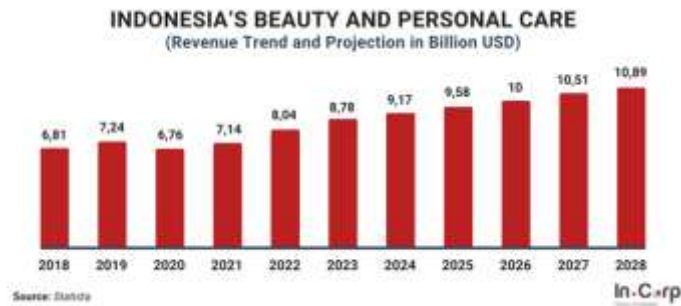
### 1. Latar Belakang

Perkembangan era digital dan globalisasi telah menggeser model kerja konvensional menuju *gig economy* yang didominasi oleh kontrak jangka pendek dan kerja lepas (Arora, 2025; Omar & Jamil, 2025). Transisi ini mengubah fokus MSDM dari struktur formal menjadi pengelolaan mandiri (*self-management*), di mana keberhasilan individu sangat bergantung pada faktor psikologis internal. Dalam konteks ini, Efikasi Diri (*Self-Efficacy*) menjadi sentral karena merupakan keyakinan seseorang atas kemampuannya untuk mencapai tujuan (Bandura, 1997). Sebagai inti dari *Social Cognitive Theory*, efikasi diri berperan sebagai prediktor kuat yang menentukan ketahanan, upaya, dan keberanian individu untuk berinovasi (Bandura, 1977). Maka, efikasi diri yang tinggi adalah modal krusial bagi pekerja lepas agar tetap kompetitif dalam ekosistem kerja yang menuntut otonomi dan kreativitas berkelanjutan..

Kemampuan berkreasi secara berkelanjutan tersebut sangat dibutuhkan, terutama pada sektor yang sedang berkembang pesat, yaitu industri kreatif, di mana keahlian individu menjadi modal utama. Salah satu subsektor industri kreatif yang mengalami pertumbuhan adalah industri kecantikan. Laporan dari Statista (2024), pasar kecantikan dan perawatan pribadi di Indonesia diperkirakan bernilai sekitar USD 9,17 miliar pada tahun 2024, dengan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 4,6% untuk periode 2024-2029.

---

Pengaruh Efikasi Diri terhadap Kreativitas *Makeup Artist Freelance* melalui Motivasi sebagai Variabel Mediasi:  
Studi Kasus pada *Makeup Artist Freelance* di Kabupaten Gresik



Gambar 1. Grafik Pertumbuhan Pasar Kecantikan dan Perawatan Pribadi di Indonesia

Pertumbuhan industri kecantikan saat ini turut didorong oleh menjamurnya Makeup Artist (MUA) yang kini bertransformasi menjadi seniman sekaligus wirausahawan mandiri (Salsabila, 2024). Seorang MUA dituntut memiliki pemahaman anatomi wajah, kepekaan artistik, serta kreativitas tinggi untuk menghasilkan karya orisinal (Salsabila et al., 2024; Lestari, 2024). Melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok, profesi ini berkembang menjadi jalur karier menjanjikan untuk membangun personal branding dan memasarkan jasa secara langsung. Fenomena ini menciptakan arena persaingan kompetitif yang mengharuskan MUA freelance menguasai tidak hanya keterampilan teknis merias, tetapi juga kemampuan manajerial dan kewirausahaan yang mumpuni..

Fenomena pertumbuhan MUA freelance terlihat nyata di Kabupaten Gresik, yang berkembang dinamis sebagai penyangga Surabaya. Peningkatan taraf hidup dan gaya hidup masyarakat memicu tingginya permintaan jasa profesional untuk acara pernikahan, wisuda, hingga lamaran (Husna et al., 2013; Salsabila, 2024). Suburnya pasar ini dibuktikan dengan ratusan akun di Instagram yang menawarkan jasa rias dengan beragam spesialisasi dan harga. Hal ini mencerminkan tren peningkatan pekerja lepas yang kompetitif di wilayah tersebut.



Gambar 2. Pencarian di Platform Instagram

Di Persaingan ketat di antara makeup artist (MUA) freelance di Kabupaten Gresik menuntut kemampuan menghasilkan karya yang unik, inovatif, dan sesuai kebutuhan klien. Kreativitas menjadi faktor kunci daya saing, yang dipengaruhi oleh efikasi diri sebagai faktor psikologis utama. MUA dengan efikasi diri tinggi cenderung lebih percaya diri dalam mengeksplorasi teknik baru, sedangkan efikasi diri rendah dapat menghambat munculnya ide kreatif. Namun, hubungan efikasi diri dan kreativitas diduga tidak bersifat langsung, melainkan dimediasi oleh motivasi. Berdasarkan Self-Determination Theory, keyakinan terhadap kompetensi meningkatkan motivasi otonom yang mendorong individu untuk terus berlatih dan berinovasi.

Mengingat masih terbatasnya penelitian yang mengkaji faktor psikologis pada pekerja freelance di industri kreatif Indonesia, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh efikasi diri terhadap kreativitas MUA freelance di Kabupaten Gresik dengan motivasi sebagai variabel mediasi. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi teoretis bagi kajian MSDM di luar organisasi formal serta manfaat praktis bagi MUA freelance dalam meningkatkan kreativitas dan daya saing.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan landasan filsafat positivisme, yang bertujuan menguji hubungan kausal antarvariabel melalui pengukuran numerik dan analisis statistik (Sugiyono, 2014). Pendekatan ini dipilih untuk menganalisis pengaruh efikasi diri (X) terhadap kreativitas (Y) dengan motivasi (Z) sebagai variabel mediasi. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner berskala Likert dan dianalisis menggunakan teknik statistik inferensial untuk menguji hipotesis penelitian.

Populasi penelitian ini adalah Makeup Artist (MUA) freelance di Kabupaten Gresik. Sampel ditentukan dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria: MUA freelance berdomisili di Gresik, memiliki pengalaman kerja minimal satu tahun, aktif di media sosial, dan terlibat dalam jasa rias untuk berbagai acara. Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 90 responden, sesuai pedoman Hair (2014) yaitu 5–10 kali jumlah indikator penelitian. Penelitian ini melibatkan tiga variabel utama, yaitu efikasi diri sebagai variabel independen, motivasi sebagai variabel mediasi, dan kreativitas sebagai variabel dependen. Efikasi diri memengaruhi motivasi kerja MUA, yang selanjutnya mendorong peningkatan kreativitas. Definisi operasional setiap variabel digunakan sebagai dasar pengukuran dalam penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data berbentuk angka untuk menganalisis pengaruh antarvariabel secara statistik. Data primer diperoleh dari Makeup Artist (MUA) freelance di Kabupaten Gresik melalui penyebaran kuesioner online, sedangkan data sekunder dikumpulkan dari buku, jurnal ilmiah, dan penelitian terdahulu yang relevan. Kuesioner dirancang untuk mengukur efikasi diri, motivasi, dan kreativitas menggunakan skala Likert tujuh poin.

Pengumpulan data dilakukan melalui Google Form, kemudian dianalisis menggunakan metode Partial Least Squares (PLS) dengan bantuan SmartPLS, yang sesuai untuk pengujian hubungan simultan antarvariabel dan ukuran sampel relatif kecil. Analisis diawali dengan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden. Selanjutnya, dilakukan evaluasi model pengukuran (outer model) melalui uji validitas konvergen dan diskriminan serta reliabilitas konstruk. Pengujian model struktural (inner model) dilakukan dengan menilai koefisien jalur, nilai R-Square, F-Square, dan Goodness of Fit untuk menguji hipotesis serta kesesuaian model penelitian..

## 3. Hasil dan Diskusi

### 3.1. Hasil

#### Gambaran Umum

Profesi *Makeup Artist* (MUA) merupakan pekerjaan di bidang jasa kecantikan yang berfokus pada periasan wajah untuk berbagai keperluan, seperti wisuda, lamaran, pernikahan, photoshoot, dan acara lainnya. Seiring perkembangan industri kecantikan dan media sosial, profesi MUA tidak lagi dipandang sebagai pekerjaan sampingan, tetapi berkembang menjadi profesi yang menjanjikan dengan prospek karier luas (Salsabila, 2024). Selain keterampilan teknis, MUA dituntut memiliki kemampuan artistik, kreativitas, pemahaman anatomi wajah, serta kemampuan mengelola diri sebagai freelancer. Media sosial berperan penting dalam membangun portofolio, personal branding, dan menjangkau klien.

Di Kabupaten Gresik, pertumbuhan MUA freelance meningkat seiring perkembangan ekonomi dan gaya hidup masyarakat. Tingginya jumlah MUA di media sosial mencerminkan ketatnya persaingan, sehingga kreativitas menjadi faktor utama dalam mempertahankan eksistensi. Dalam konteks ini, efikasi diri, motivasi, dan kreativitas menjadi variabel penting yang memengaruhi kualitas dan daya saing MUA freelance di Kabupaten Gresik.

#### Hasil Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah 90 Makeup Artist (MUA) freelance di Kabupaten Gresik yang dipilih menggunakan metode purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online menggunakan Google Form. Berdasarkan karakteristik usia, mayoritas responden berada pada rentang 20–29 tahun (78,9%). Dari sisi pengalaman kerja, sebagian besar responden telah bekerja sebagai MUA selama 1–3 tahun. Secara domisili, responden tersebar di berbagai kecamatan di Kabupaten Gresik, dengan jumlah

terbanyak berasal dari Kecamatan Cerme dan Menganti. Mayoritas responden memiliki spesialisasi riasan yang beragam, dengan sebagian besar melayani berbagai jenis acara seperti wisuda, engagement, wedding, dan event lainnya.

Hasil deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan responden terhadap indikator efikasi diri (X) berada pada kategori tinggi, dengan nilai rata-rata berkisar antara 5,33 hingga 5,89. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki keyakinan yang baik terhadap kemampuan teknis, pemecahan masalah, penguasaan teknik baru, serta penerapan keterampilan rias pada berbagai jenis acara.

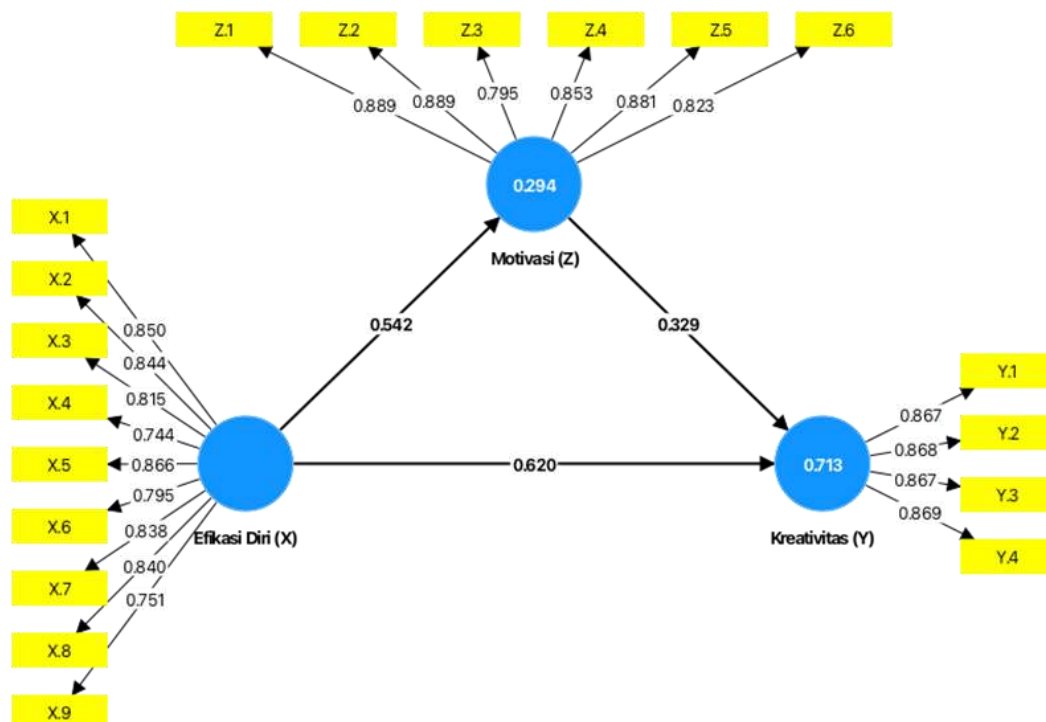
Pada variabel motivasi (Z), rata-rata skor responden juga berada pada kategori tinggi, dengan nilai antara 5,51 hingga 5,98. Responden merasa termotivasi untuk mengembangkan kemampuan, mencoba teknik baru, serta terdorong oleh faktor kepuasan pribadi, pendapatan, dan peluang kolaborasi.

Sementara itu, pada variabel kreativitas (Y), rata-rata skor responden berkisar antara 5,31 hingga 5,84. Hasil ini menunjukkan bahwa MUA freelance di Kabupaten Gresik mampu menghasilkan ide riasan yang beragam, menyesuaikan teknik dengan kebutuhan klien, serta mengembangkan konsep riasan yang unik dan detail.

### Analisis Data

Analisis outer model atau model pengukuran menunjukkan bagaimana hubungan variabel laten dengan indikatornya. Analisis ini untuk memastikan bahwa ukuran (measurement) yang digunakan layak dijadikan pengukur atau valid dan reliabel. Evaluasi model pengukuran melalui analisis faktor konfirmatori adalah dengan menggunakan pendekatan mtmm (multitrait-multimethod) dengan menguji convergent validity dan discriminant validity. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan dua cara yaitu dengan cronbach's alpha dan composite reliability (ghozali & latan, 2015).

*Convergent validity* merupakan salah satu uji yang menunjukkan hubungan antar indikator reflektif dengan variabel latennya. Pengujian validitas terhadap variable Efikasi diri ( $x_1$ ), Motivasi (z) dan Kreativitas (y) dengan jumlah 19 pernyataan dapat dilihat pada hasil outer loading seperti pada gambar 3. berikut ini :



Gambar 3. Hasil Uji Outer Model  
Sumber: data diolah smartpls v.4

Pada penelitian ini uji outer model menggunakan analisis algoritma pada aplikasi smartpls v.4. *Rule of thumb* yang biasanya digunakan untuk menilai *validitas convergent* yaitu nilai loading factor harus lebih dari 0,70 (Ghozali, 2021:68). Nilai loading factor masing-masing indikator pada gambar 3. di atas dijelaskan seperti pada tabel 9. dibawah ini:

Tabel 9. Hasil Uji Outer Loading

	Efikasi Diri (X)	Kreativitas (Y)	Motivasi (Z)
X.1	0.850		
X.2	0.844		
X.3	0.815		
X.4	0.744		
X.5	0.866		
X.6	0.795		
X.7	0.838		
X.8	0.840		
X.9	0.751		
Y.1		0.867	
Y.2		0.868	
Y.3		0.867	
Y.4		0.869	
Z.1			0.889
Z.2			0.889
Z.3			0.795
Z.4			0.853
Z.5			0.881
Z.6			0.823

Sumber: data diolah smartpls v4

Tabel 9. merupakan semua item pernyataan pada variabel Efikasi diri (X1), Motivasi (Z), Kreativitas (Y) beserta nilai *loading factor*. Berdasarkan hasil pada tabel 9. diatas dinyatakan valid dikarenakan item pernyataan memiliki nilai loading factor lebih dari 0,70 dan sudah memenuhi kriteria convergent validity sehingga dapat dilakukan tahap selanjutnya yaitu *discriminant validity*.

Pengujian validitas diskriminan dalam penelitian ini menggunakan hasil *cross loading*. *Discriminant validity* dapat dilihat pada tabel 10. dibawah ini:

Tabel 10. Cross loading

	Efikasi Diri (X)	Kreativitas (Y)	Motivasi (Z)
X.1	0.850	0.826	0.556
X.2	0.844	0.761	0.544
X.3	0.815	0.661	0.430
X.4	0.744	0.484	0.356
X.5	0.866	0.646	0.432
X.6	0.795	0.577	0.412
X.7	0.838	0.637	0.385
X.8	0.840	0.626	0.435
X.9	0.751	0.538	0.364
Y.1	0.707	0.867	0.555

Y.2	0.685	0.868	0.602
Y.3	0.675	0.867	0.484
Y.4	0.702	0.869	0.656
Z.1	0.497	0.599	0.889
Z.2	0.463	0.559	0.889
Z.3	0.457	0.578	0.795
Z.4	0.377	0.526	0.853

Sumber: diolah melalui smartpls v4

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa nilai cross loading dari indikator masing-masing kontrak lebih besar daripada kontrak yang lain, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari masing-masing kontrak telah memenuhi kriteria validitas diskriminan.

Berdasarkan hasil evaluasi convergent dan discriminant validity, penelitian selanjutnya menguji *construct reliability* dan *validity* untuk memastikan konsistensi dan keabsahan instrumen. Menurut Ghozali (2021), suatu variabel dinyatakan reliabel dan valid jika memenuhi kriteria nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70 serta Average Variance Extracted (AVE) lebih dari 0,50. Hasil analisis, yang disajikan secara lengkap dalam Tabel 4.11, menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian telah memenuhi syarat tersebut. Variabel Efikasi Diri (X) menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,938, Composite Reliability 0,947, dan AVE 0,667. Variabel Motivasi (Z) memiliki nilai Cronbach's Alpha 0,927, Composite Reliability 0,943, dan AVE 0,733. Sementara itu, variabel Kreativitas (Y) juga memenuhi kriteria dengan nilai Cronbach's Alpha 0,891, Composite Reliability 0,924, dan AVE 0,753. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel—Efikasi Diri, Motivasi, dan Kreativitas—telah dinyatakan valid dan reliabel, sehingga layak digunakan untuk pengujian hipotesis pada tahap selanjutnya.

Hasil pengujian model struktural (*inner model*) menunjukkan bahwa model penelitian ini memiliki tingkat kecocokan yang baik. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Goodness of Fit* menggunakan *Normed Fit Index* (NFI) sebesar 0,772, yang termasuk dalam kategori tinggi, menandakan bahwa data empiris mampu menjelaskan model dengan sangat baik. Pengujian hipotesis mengungkapkan bahwa semua hubungan yang diusulkan signifikan secara statistik. Pengaruh langsung Efikasi Diri (X) terhadap Motivasi (Z) memiliki nilai p-value 0,000, dan Motivasi (Z) terhadap Kreativitas (Y) sebesar 0,001, yang keduanya lebih kecil dari 0,05, sehingga H1 dan H2 diterima. Demikian pula, pengaruh langsung Efikasi Diri (X) terhadap Kreativitas (Y) juga signifikan dengan p-value 0,000 (H3 diterima). Kekuatan pengaruh dari variabel-variabel ini tergolong kuat, berdasarkan uji *F-Square* yang menunjukkan nilai di atas 0,35 untuk pengaruh Efikasi Diri pada Kreativitas (0,946) dan Efikasi Diri pada Motivasi (0,417). Model ini juga memiliki kekuatan prediksi yang kuat untuk variabel Kreativitas (Y) dengan nilai R-Square adjusted sebesar 0,707. Yang paling penting, hasil analisis efek tidak langsung membuktikan bahwa Motivasi (Z) secara signifikan memediasi hubungan antara Efikasi Diri (X) dan Kreativitas (Y), dengan nilai p-value 0,034. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh hipotesis dalam penelitian ini terdukung, menegaskan bahwa efikasi diri tidak hanya berpengaruh langsung positif terhadap kreativitas, tetapi juga secara tidak langsung melalui penguatan motivasi seorang Makeup Artist.

### 3.2. Diskusi

#### Pengaruh Efikasi diri Terhadap Motivasi

Dalam konteks profesi MUA freelance yang menuntut manajemen diri yang tinggi, keyakinan diri berfungsi sebagai mesin penggerak utama. Seorang MUA yang percaya pada kemampuannya untuk menangani berbagai tingkat kesulitan riasan, menghadapi tekanan waktu, dan berani mencoba teknik-teknik baru akan memiliki dorongan internal yang jauh lebih kuat. Keyakinan ini mengubah persepsi mereka terhadap tantangan; alih-alih melihatnya sebagai ancaman, mereka memandangnya sebagai peluang untuk tumbuh dan membuktikan kompetensi mereka. Akibatnya, mereka termotivasi untuk menetapkan standar kerja yang lebih tinggi, secara proaktif mencari proyek yang menantang, dan menunjukkan ketekunan yang lebih besar saat menghadapi kendala, seperti kondisi kulit klien yang sulit atau permintaan yang tidak biasa. Efikasi diri yang tinggi menciptakan siklus positif di mana keberhasilan memperkuat keyakinan, yang selanjutnya memicu motivasi yang lebih besar lagi.

## Pengaruh Motivasi terhadap Kreativitas

Motivasi berperan sebagai bahan bakar yang mengubah potensi menjadi tindakan kreatif. Dorongan ini berasal dari dua sumber utama. Motivasi intrinsik, seperti rasa senang dalam proses berkarya, kepuasan menciptakan sesuatu yang indah, dan hasrat untuk terus mengasah kemampuan, mendorong MUA untuk bereksperimen tanpa batas, mengeksplorasi ide-ide liar, dan menginvestasikan waktu untuk mendalami seni mereka. Sementara itu, motivasi ekstrinsik, seperti keinginan untuk mendapatkan pengakuan dari klien, membangun reputasi profesional, dan mencapai kestabilan finansial, mendorong mereka untuk terus berinovasi agar tetap relevan dan kompetitif di pasar yang padat. Kedua jenis motivasi ini mendorong MUA untuk tidak hanya menjalankan tugas secara rutin, tetapi juga secara aktif mencari inspirasi, mempelajari tren terbaru, dan menghasilkan karya riasan yang unik dan orisinal untuk setiap klien.

## Pengaruh Efikasi diri Terhadap Kreativitas

hasil analisis juga mengonfirmasi adanya pengaruh langsung yang signifikan dari efikasi diri terhadap kreativitas. Di luar mekanisme motivasi, keyakinan diri secara inheren memupuk keberanian kreatif. Seorang MUA dengan efikasi diri tinggi cenderung lebih percaya diri saat menghadapi karakteristik wajah klien yang beragam dan tidak mudah menyerah saat sebuah eksperimen tidak berjalan sesuai rencana. Mereka lebih berani mengambil risiko artistik—misalnya, mengusulkan konsep riasan yang berani dan tidak konvensional kepada klien—karena mereka yakin dapat mengeksekusinya dengan baik. Kemampuan untuk menahan ketakutan akan kegagalan dan kritik ini secara langsung membuka jalan bagi terciptanya karya-karya yang orisinal, inovatif, dan berbeda dari yang lain.

## Pengaruh Efikasi diri Terhadap Kreativitas Dengan Motivasi Sebagai Variabel Mediasi

Penelitian ini membuktikan peran krusial motivasi sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara Efikasi Diri dan Kreativitas. Temuan ini mengungkapkan bahwa perjalanan dari keyakinan diri menuju mahakarya kreatif bukanlah sebuah lompatan langsung, melainkan sebuah proses. Efikasi diri memberikan percikan api kepercayaan diri, tetapi *dorongan kerja yang meningkat sebagai akibatnya* yang benar-benar menyulut api kreativitas. Dengan kata lain, keyakinan diri yang tinggi pada seorang MUA pertama-tama akan membangun motivasi yang kuat, dan melalui tindakan-tindakan termotivasi ini—seperti berlatih giat, mencari inspirasi baru, dan menantang diri sendiri—kemampuan kreatif mereka diasah dan diekspresikan. Motivasi bertindak sebagai jembatan penting yang menerjemahkan potensi batin (Efikasi Diri) menjadi hasil karya yang nyata dan inovatif (Kreativitas).

## 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian mengenai “Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Kreativitas *Makeup Artist Freelance* melalui Motivasi sebagai Variabel Mediasi: Studi Kasus Pada *Makeup Artist Freelance* di Kabupaten Gresik”. yaitu: 1). Efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi. *Makeup Artist (MUA) freelance* yang memiliki keyakinan tinggi terhadap kemampuan riasnya cenderung memiliki dorongan kerja yang lebih kuat, baik dalam aspek intrinsik maupun ekstrinsik. 2). Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas. Semakin tinggi motivasi—baik berupa kepuasan pribadi, tantangan, maupun penghargaan eksternal—semakin tinggi pula kemampuan MUA untuk menghasilkan ide riasan yang unik, fleksibel, dan inovatif. 3). Efikasi diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap kreativitas. MUA yang percaya pada kemampuan dirinya lebih berani mengeksplorasi teknik baru dan menghasilkan karya rias yang orisinal. 4). Motivasi memediasi pengaruh efikasi diri terhadap kreativitas. Efikasi diri yang tinggi mendorong peningkatan motivasi, yang kemudian memperkuat munculnya kreativitas. Dengan demikian, motivasi berperan sebagai mekanisme yang menjembatani hubungan efikasi diri dan kreativitas pada MUA *freelance* di Kabupaten Gresik.

## Referensi

1. Adamy, M. (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*.
2. Agrevinna, M. (2020). *Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Bidang Kecantikan*.
3. Ahmad, A., Achmad, G. N., & Adhimursandi, D. (2025). Mediating Effect Of *Creative Self-Efficacy* In The Relationship Between Knowledge Sharing And Perceived Organizational Support. *International Journal Of Multidisciplinary Approach Research And Science*, 3(02), 635–651. <https://doi.org/10.59653/ijmars.V3i02.1661>
4. Amabile, T. M., Appelmans, K., Baillio, M., Collins, M. A., Hennessey, B., Hill, K., Phillips, H. I. E., Picariello, M., & Whitney, D. (1996). Assessing The Work Eiwironment For Creativity Personnel Decisions International. In \* *Academy Of Management Journal* (Vol. 39, Issue 5).

5. Anderson, N., Bledow, R., & Rosing, K. (2014). *Innovation And Creativity In Organizations*.
6. Arora. (2025). *Arora 2025*.
7. Ayu, G., Windrayuni, N. S., Dewa, I., Tita, A., Tabita, P., Agung, G., & Gayatri, S. (2025). The Influence Of Work Motivation, Communication, And Workload On Employee Performance At Pt. Pegadaian Branch Negara. In *Equivalent : Journal Of Economic, Accounting And Management* (Vol. 3, Issue 2). [Http://Jurnal.Dokicti.Org/Index.Php/Equivalent/Index](http://Jurnal.Dokicti.Org/Index.Php/Equivalent/Index)
8. Bandura. (1977). *Bandura 1977*.
9. Bandura. (1997). *Albert\_Bandura\_Self\_Efficacy\_The\_Exercis*.
10. Fang, Y.-H., & Chang, Y.-C. (2023). Effect Of *Creative Self-Efficacy* On Creativity Among College Students: The Moderating Effect Of College Innovation Climate. *International Journal Of Higher Education*, 12(5), 128. <https://doi.org/10.5430/ijhe.v12n5p128>
11. Hair, J. F. . (2014). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equations Modeling (Pls-Sem)*. Sage.
12. Herzberg, F. M. B. S. B. B. (1959). *The Motivation To Work*.
13. Husna, N., Noor, I., & Rozikin, M. (2013). Analisis Pengembangan Potensi Ekonomi Lokal Untuk Memperkuat Daya Saing Daerah Di Kabupaten Gresik. In *Jurnal Administrasi Publik (Jap)* (Vol. 1, Issue 1).
14. Kadyirov, T., Oo, T. Z., Kadyirova, L., & Józsa, K. (2024). Effects Of Motivation On Creativity In The Art And Design Education. *Cogent Education*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/2331186x.2024.2350322>
15. Kartina, A. A. , S. & H. (2021). *Diterbitkan Oleh Program Studi Pendidikan Kimia Fkip Universitas Lambung Mangkurat Pissn* (Vol. 12, Issue 2).
16. Laily; Wahyuni. (2018). *Nur Laily Dewi Urip Wahyuni*. [www.indomediapustaka.com](http://www.indomediapustaka.com)
17. Lestari, C. (2024). *Kreativitas Dan Inovasi Bisnis Penulis: Cv Bravo Press Indonesia*.
18. Lusiawati, I. (2022). *Buku Motivasi*.
19. Muflihah. (2024). *Motivasi Kinerja*. <https://back.ijems.id/>
20. Omar, N., & Jamil, R. (2025). *The Shift From Traditional Jobs To Gig Work: Rethinking Career Development In A Flexible Economy*. <https://doi.org/10.4772/ijriss>
21. Ruscio, J., & Amabile, T. M. (1996). *How Does Creativity Happen?*
22. Rusdi. (2018). *Implementasi Teori Kreativitas Graham Wallas Dalam Sekolah Kepenulisan Di Pesantren Mahasiswa Hasyim Asy'ari Cabeyan Yogyakarta Rusdi Program Pascasarjana Interdisciplinary Islamic Studies*.
23. Ryan, R. M., & Deci, E. L. (1985). *Self-Determination Theory And The Facilitation Of Intrinsic Motivation, Social Development, And Well-Being Self-Determination Theory*. Ryan.
24. Salsabila, S. (2024). *Analisis Makeup Artist Dalam Perkembangan Beauty Industry Pada Alumni D3 Tata Rias*.
25. Salsabila, S., Supiani, T., & Nursetiawati, S. (2024). *Analisis Makeup Artist Dalam Perkembangan Beauty Industry Pada Alumni D3 Tata Rias*. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/jam/index>
26. Stephen P. Robbins; Timothy A. (2017). *Organizational Behavior*.
27. Sugiyono. (N.D.). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.
28. Tarumingkeng. (2025). *Teori.Motivasi.Self-Determination.Theory(Sdt)*.