

Affective Commitment Meningkatkan Peran Proactive Personality terhadap Project Success pada Industri Kreatif Digital

Afina Fityah Kusuma¹, Tiara Puspa^{2✉}, Jaja Abdul Azis³

^{1,2} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti, Indonesia

³ Marketing Management, Faculty of Business Administration, I-Shou University, Taiwan

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *proactive personality* terhadap *project success* melalui peran mediasi *affective commitment* serta moderasi *project complexity* pada industri kreatif digital di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek). Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM). Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan total 335 responden yang bekerja dalam industri kreatif digital, seperti *content creator*, *social media specialist*, *project manager*, dan *creative planner*. Ditemukan bahwa *proactive personality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *project success* serta *affective commitment*. Selain itu, *affective commitment* juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *project success*. Pengujian mediasi menunjukkan bahwa *affective commitment* mampu memediasi secara parsial pengaruh *proactive personality* terhadap *project success*. Sementara itu, *project complexity* terbukti memoderasi pengaruh *affective commitment* terhadap *project success* dengan arah hubungan positif. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kompleksitas proyek, maka semakin kuat pengaruh keterikatan emosional individu terhadap keberhasilan proyek. Penelitian ini menegaskan bahwa *project success* dalam industri kreatif digital tidak hanya dipengaruhi faktor teknis, tetapi juga ditentukan oleh faktor psikologis individu dan kondisi lingkungan kerja yang dinamis.

Kata Kunci: *Affective Commitment, Project Complexity, Project Success, Proactive Personality, Psikologis.*

Abstract

This study aims to analyze the effect of *proactive personality* on *project success* through the mediating role of *affective commitment* and the moderating role of *project complexity* in the digital creative industry in Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek). This research employed a quantitative approach using *Structural Equation Modeling* (SEM). Data were collected through questionnaires from 335 respondents working in the digital creative industry, including *content creators*, *social media specialists*, *project managers*, and *creative planners*. The findings reveal that *proactive personality* has a positive and significant effect on both *project success* and *affective commitment*. In addition, *affective commitment* also has a positive and significant effect on *project success*. The mediation test indicates that *affective commitment* partially mediates the relationship between *proactive personality* and *project success*. Meanwhile, *project complexity* significantly moderates the effect of *affective commitment* on *project success* in a positive direction. These findings indicate that the higher the level of *project complexity*, the stronger the influence of individuals' emotional attachment

on project success. This study highlights that project success in the digital creative industry is influenced not only by technical factors but also by individuals psychological factors and dynamic work environment conditions.

Keywords: *Affective Commitment, Project Complexity, Project Success, Proactive Personality, Psychological.*

Copyright (c) 2026 Afina Fityah Kusuma

✉ Corresponding author :

Email Address : tiara.puspa@trisakti.ac.id

PENDAHULUAN

Industri kreatif digital mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dalam satu dekade terakhir seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan penggunaan media sosial di berbagai lapisan masyarakat. Di Indonesia, perkembangan ini didorong oleh dukungan ekosistem digital yang semakin matang serta peran aktif Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dalam mengembangkan sektor ekonomi kreatif sebagai salah satu pilar pertumbuhan ekonomi nasional. Munculnya berbagai platform digital telah membuka peluang besar bagi individu maupun organisasi untuk berpartisipasi sebagai kreator konten, sekaligus menciptakan permintaan tinggi terhadap layanan *creative digital agency*. Namun, di balik peluang yang luas tersebut, terdapat sejumlah permasalahan yang kompleks dan multidimensional, terutama terkait dengan *project success* dalam industri ini. Berbeda dengan sektor industri konvensional, proyek dalam industri kreatif digital memiliki karakteristik yang dinamis, tidak terstruktur secara kaku, serta sangat bergantung pada kreativitas dan preferensi audiens yang terus berubah (Izzati et al., 2021).

Permasalahan utama yang dihadapi dalam konteks ini adalah belum adanya kesepakatan yang jelas mengenai indikator *project success*. Dalam praktiknya, *project success* tidak lagi dapat diukur hanya berdasarkan parameter klasik, seperti waktu, biaya, dan kualitas, melainkan juga mencakup dimensi lain, seperti tingkat kreativitas, daya tarik konten, keterlibatan audiens (*engagement*), serta kontribusi strategis terhadap citra merek. Selain itu, pekerjaan dalam *creative digital agency* semakin meningkat akibat adanya berbagai peran yang harus saling berkolaborasi, seperti *content creator*, *copywriter*, *social media strategist*, dan *digital marketer*. Setiap peran memiliki tuntutan kerja yang tinggi, termasuk tekanan waktu, revisi berulang dari klien, serta target kinerja yang sering kali tidak pasti. Kondisi ini diperparah oleh karakteristik hubungan kerja yang cenderung fleksibel dan berbasis proyek, di mana banyak pekerja berstatus sebagai pekerja lepas (*freelancer*) sehingga menghadapi ketidakpastian pendapatan dan minimnya perlindungan sosial (Izzati et al., 2021). Akibatnya tidak jarang pekerja mengalami kelelahan (*burnout*), penurunan motivasi, hingga menurunnya kualitas hasil kerja. Penelitian terdahulu menemukan bahwa partisipasi dalam pelatihan keterampilan, kepuasan kerja, serta *perceived organizational support* memiliki peranan penting dalam mengurangi *burnout* dan *turnover intention* (Triani et al., 2023). Temuan tersebut dapat dipahami bahwa dukungan organisasi dan pengembangan kompetensi menjadi faktor penting dalam menjaga stabilitas psikologis serta keterlibatan individu pada lingkungan kerja digital yang penuh tekanan dan ketidakpastian.

Permasalahan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara tuntutan industri dengan kondisi aktual yang dialami oleh para pelaku di dalamnya. Oleh karena itu, diperlukan suatu pendekatan analitis yang komprehensif untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi *project success* dalam industri kreatif digital. Penelitian ini menawarkan wawasan bahwa *project success* tidak hanya ditentukan oleh faktor teknis atau manajerial, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor individu, kesesuaian antara individu dan organisasi, serta kondisi lingkungan kerja. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *project success* bisa terjadi atas sifat proaktif individu dalam tim, baik

secara langsung maupun melalui perasaan untuk berkomitmen dengan proyek yang sedang dijalani (Ameer et al., 2025). Sebuah organisasi juga diharapkan dapat membawa proyek yang dikerjakan untuk menghasilkan nilai tambah bagi klien, meningkatkan keterlibatan audiens, serta menciptakan dampak strategis yang berkelanjutan. Terlebih dalam pasar yang kompetitif dan berubah cepat, kemampuan organisasi dalam menghadapi perubahan kompleks menjadi tantangan tersendiri (Fraj et al., 2015).

Project success dapat diidentifikasi melalui variabel-variabel yang turut berkontribusi, seperti *proactive personality*, *affective commitment*, dan *project complexity* yang telah mencakup motivasi, kreativitas, dan persepsi individu terhadap pekerjaannya. *Proactive personality* berkontribusi terhadap *project success* di lingkungan penuh dinamika seperti industri kreatif. Individu dengan *proactive personality* mengambil inisiatif dan mempertahankan upaya untuk menghasilkan perubahan nyata di lingkungan (Crant dan Chen, 2024). Di mana *proactive personality* berhubungan positif dengan perilaku inovatif dan pencapaian kinerja yang tinggi dalam situasi kerja yang menuntut kreativitas (Zhang et al., 2021). Serta memperkuat hubungan sosial dan dukungan dari atasan yang pada akhirnya meningkatkan kinerja inovatif dan keberhasilan proyek (Bhawna et al., 2024).

Affective commitment mengacu pada keterikatan emosional individu terhadap organisasi atau proyek, tercermin dalam perasaan identifikasi, keterlibatan, dan keinginan untuk tetap berkontribusi karena adanya ikatan nilai, rasa memiliki, dan kesamaan tujuan (Fareed et al., 2022). *Affective commitment* berkontribusi besar terhadap daya juang pada diri individu (Sridadi et al., 2024). Karyawan yang memiliki *affective commitment* tinggi cenderung menunjukkan dedikasi yang lebih besar dalam mencapai tujuan organisasi (Jia-jun dan Hua-ming, 2022). *Affective commitment* juga berhubungan positif dengan inovasi dan perilaku kreatif sehingga memengaruhi *project success* (Fareed et al., 2022; Newman et al., 2018).

Kompleksitas dalam industri kreatif digital sering kali mencakup peningkatan permintaan klien terhadap kampanye multiplatform dan format konten yang semakin beragam, seperti video pendek, *podcast*, animasi, dan *live streaming*. *Project complexity* yang tinggi dapat memperlemah hubungan positif antara *proactive personality* dan *project success* karena individu menghadapi tekanan waktu dan sumber daya yang tidak pasti (Koi-Akrofi et al., 2019). Kompleksitas juga dapat menjadi beban yang menghambat kinerja apabila individu tidak memiliki sumber daya personal yang memadai (Zhang dan Zhu, 2024). Namun, dalam studi lain, dikonteks Indonesia justru menemukan bahwa individu dengan *proactive personality* tetap mampu menjaga keterlibatan kerja tinggi meskipun lingkungan kerja mereka kompleks, selama terdapat dukungan organisasi yang memadai (Sukirno et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa efek moderasi *project complexity* masih menjadi perdebatan dan perlu diuji lebih lanjut dalam konteks lokal industri kreatif digital.

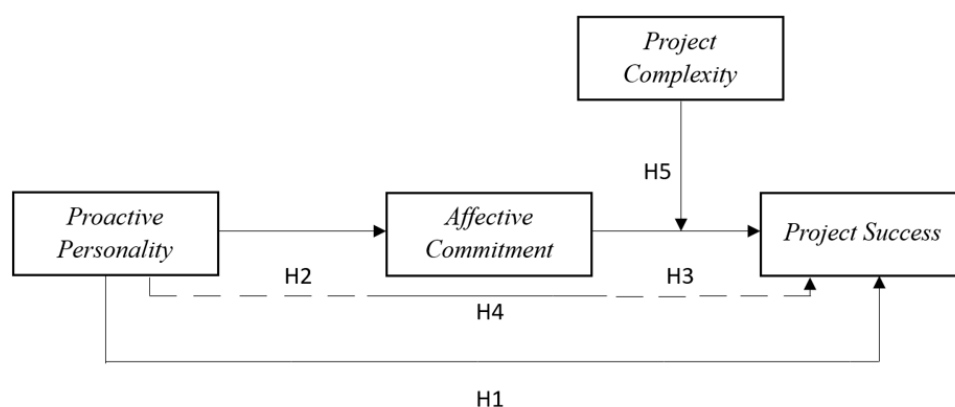
Melalui analisis hubungan antarvariabel tersebut, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai mekanisme yang mendasari *project success* dalam industri kreatif digital. Dengan kata lain untuk mengidentifikasi peran faktor individu dalam mendukung kinerja proyek, mengevaluasi pengaruh kesesuaian individu dan organisasi terhadap *project success*, serta menganalisis dampak kondisi lingkungan kerja terhadap kualitas *output* yang dihasilkan. Dengan tercapainya tujuan-tujuan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoretis maupun praktis dalam pengembangan ilmu manajemen, serta digunakan sebagai dasar untuk merumuskan rekomendasi strategis yang dapat diterapkan oleh *creative digital agency* dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan proyek dan kesejahteraan pekerja industri kreatif digital.

Dalam rangka mendukung analisis yang dilakukan, penelitian ini mengacu pada beberapa landasan teori yang relevan. Salah satu teori yang digunakan adalah *Attribution Theory*, menjelaskan tentang bagaimana individu menginterpretasikan penyebab dari suatu peristiwa atau hasil yang mereka alami (Heider, 1958). Dalam konteks penelitian ini, teori tersebut digunakan untuk memahami bagaimana pekerja dalam industri kreatif menilai keberhasilan atau kegagalan proyek, apakah disebabkan oleh faktor internal seperti

kemampuan dan usaha atau faktor eksternal seperti tekanan klien dan perubahan algoritma platform digital. Persepsi ini memiliki implikasi penting terhadap motivasi kerja dan perilaku individu dalam menyelesaikan tugas-tugas kreatif.

Selain itu, juga menggunakan *Person-Organization Fit Theory (P-O Fit Theory)* yang menekankan pentingnya kesesuaian antara nilai, kebutuhan, dan karakteristik individu dengan organisasi tempat mereka bekerja (Kristof, 1996). Dalam lingkungan *creative digital agency* yang dinamis dan menuntut kreativitas tinggi, kesesuaian ini menjadi faktor krusial dalam menentukan tingkat kepuasan kerja, komitmen organisasi, dan kinerja individu. Ketidakesesuaian antara individu dan organisasi dapat menyebabkan stres kerja, konflik nilai, hingga penurunan produktivitas yang pada akhirnya berdampak pada *project success* secara keseluruhan.

Dengan mengintegrasikan berbagai perspektif teoretis tersebut, penelitian ini berupaya membangun kerangka konseptual yang komprehensif dalam menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi *project success* dalam industri kreatif digital. Pendekatan ini diharapkan tidak hanya mampu menjawab permasalahan penelitian secara mendalam, tetapi juga memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan praktik manajemen proyek yang lebih adaptif, manusiawi, dan berorientasi pada keberlanjutan dalam industri kreatif digital.



Gambar 1. Rerangka Konseptual

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menguji hubungan antarvariabel yang telah dirumuskan dalam model konseptual. Analisis dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling (SEM)* untuk menguji pengaruh *proactive personality* terhadap *project success* melalui peran mediasi *affective commitment* serta moderasi *project complexity*. Data yang digunakan terdiri atas data primer yang diperoleh melalui survei serta data sekunder dari studi pustaka untuk memperkuat landasan teoretis dan konseptual penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah individu yang bekerja dalam industri kreatif digital, khususnya yang terlibat dalam aktivitas produksi dan pengelolaan konten digital di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek). Wilayah ini dipilih karena merupakan pusat aktivitas ekonomi kreatif dan memiliki tingkat penetrasi teknologi digital yang tinggi sehingga dianggap representatif dalam menggambarkan fenomena industri kreatif digital di Indonesia. Kriteria responden meliputi individu yang memiliki peran dalam proyek kreatif digital, seperti *project manager*, *content creator*, *social media specialist*, dan *creative planner*, serta memiliki pengalaman kerja minimal enam bulan dan pernah terlibat dalam satu siklus proyek secara penuh. Penentuan jumlah sampel mengacu pada pedoman SEM yang menyarankan ukuran sampel minimal lima hingga sepuluh kali jumlah indikator penelitian (Hair et al., 2017). Dengan total indikator sebanyak 39 item, maka jumlah minimum sampel adalah 195 responden. Namun, untuk meningkatkan kekuatan statistik dan stabilitas estimasi model, penelitian ini menetapkan jumlah sampel sebanyak 300 responden yang

didistribusikan secara proporsional berdasarkan wilayah. Setelah waktu pendistribusian ditutup, jumlah akhir yang didapatkan adalah 335 responden.

Teknik pengumpulan data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan platform Google Form. Dilaksanakan selama periode Maret 2026 hingga April 2026. Pengukuran variabel menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari nilai 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju) yang mengacu pada konsep pengukuran sikap yang dikembangkan oleh Likert (Keys, 1934). Variabel *proactive personality* diukur menggunakan instrumen dari (Bateman dan Crant, 1993), *affective commitment* menggunakan *Organizational Commitment Questionnaire* dari (Porter et al., 1974) yang di dalamnya terdapat item *reverse scored* (R) untuk memastikan konsistensi jawaban dan mengurangi bias akomodasi, *project complexity* mengacu pada indikator dari (Gerald et al., 2011), dan *project success* menggunakan indikator multidimensional dari (Aga et al., 2016). Sebelum pengisian kuesioner, responden diberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian serta jaminan kerahasiaan data untuk meminimalkan bias dan meningkatkan validitas jawaban. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui studi pustaka yang mencakup jurnal ilmiah, buku akademik, dan laporan resmi yang relevan untuk mendukung kerangka teori dan interpretasi hasil penelitian.

Teknik analisis data dilakukan secara bertahap dengan menggunakan perangkat lunak SPSS dan AMOS. Tahap awal analisis dilakukan melalui uji kualitas data yang meliputi uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian mampu mengukur konstruk secara tepat dan konsisten (Hair et al., 2010). Uji validitas dilakukan menggunakan nilai *factor loading* dengan batas minimum $\geq 0,35$ untuk memastikan validitas konvergen (Hair et al., 2010), sedangkan uji reliabilitas menggunakan koefisien *cronbach's alpha* dengan kriteria $\geq 0,6$ sebagai indikator konsistensi instrumen (Hair et al., 2010). Selanjutnya, dilakukan uji *goodness of fit* untuk menilai kesesuaian model struktural dengan data empiris menggunakan berbagai indeks kelayakan model (Kline, 2023). Pengujian hipotesis dilakukan melalui analisis SEM untuk menguji pengaruh langsung antarvariabel, serta dilengkapi dengan uji mediasi menggunakan metode *bootstrapping* sebanyak 5.000 *resampling* guna memperoleh estimasi efek tidak langsung yang akurat (Preacher dan Hayes, 2008). Selain itu, uji moderasi dilakukan melalui pembentukan *interaction term* untuk mengetahui peran *project complexity* dalam memperkuat atau memperlemah hubungan antara *affective commitment* dan *project success*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Kualitas Data

Hasil uji validitas seluruh indikator dalam setiap konstruk dinyatakan valid sehingga mampu merepresentasikan konsep teoretis yang diteliti. Hasil pengukuran tersebut mengartikan indikator tidak menyimpang dari makna konstruk. Nilai *factor loading* indikator dalam variabel *proactive personality* berada pada rentang 0,861 hingga 0,881, variabel *affective commitment* berada pada rentang 0,837 hingga 0,869, variabel *project complexity* berada pada rentang 0,877 hingga 0,889, dan variabel *project success* berada pada rentang 0,841 hingga 0,872.

Hasil uji reliabilitas dinyatakan reliabel, hal ini menunjukkan bahwa seluruh indikator yang digunakan dalam variabel penelitian bersifat konsisten dan stabil. Variabilitas jawaban responden benar berasal dari perbedaan tingkat *proactive personality*, *affective commitment*, *project complexity*, dan *project success*, bukan dari ketidakakuratan indikator. Hasil yang reliabel menjadi dasar untuk memastikan validitas konstruk dan kualitas analisis lanjutan.

Berikut nilai *factor loading* dan *cronbach's alpha* dalam uji validitas dan reliabilitas:

Tabel 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Konstruk	Indikator	Validitas (Factor Loading $\geq 0,35$)	Reliabilitas (Cronbach's Alpha $\geq 0,6$)
----------	-----------	---	---

<i>Proactive Personality</i>	Saya merasa terdorong untuk membuat perubahan dipekerjaan dan lingkungan.	0,861	0,936
	Di mana pun saya berada, selalu menjadi pendorong untuk perubahan yang berkelanjutan.	0,874	
	Saya senang menghadapi dan mengatasi hambatan terhadap berbagai ide.	0,881	
	Saya unggul dalam mengidentifikasi peluang.	0,866	
	Saya selalu mencari cara yang lebih baik untuk melakukan sesuatu.	0,871	
	Ketika bertemu masalah, saya berani menghadapinya secara langsung.	0,865	
<i>Affective Commitment</i>	Saya bersedia mengerahkan berbagai upaya untuk membantu perusahaan meraih kesuksesan.	0,849	0,974
	Saya selalu merekomendasikan perusahaan ini kepada orang lain sebagai perusahaan yang sangat baik untuk tempat bekerja.	0,856	
	Saya merasa tidak loyal terhadap perusahaan. (R)	0,853	
	Saya akan menerima hampir semua jenis tugas pekerjaan agar tetap dapat bekerja untuk perusahaan.	0,853	
	Makna hidup saya dan visi misi perusahaan sangat mirip.	0,868	
	Saya bangga memberi tahu orang lain bahwa saya adalah bagian dari perusahaan.	0,844	
	Saya bisa saja bekerja untuk perusahaan lain asalkan jenis pekerjaannya serupa. (R)	0,853	
	Perusahaan ini benar-benar menginspirasi saya untuk memberikan yang terbaik dalam hal kinerja pekerjaan.	0,854	
	Jika terdapat sedikit perubahan yang tidak sesuai ekspektasi, maka saya mampu membuat keputusan meninggalkan perusahaan. (R)	0,868	
	Saya sangat senang telah memilih perusahaan ini untuk tempat bekerja dibandingkan bekerja di perusahaan lain.	0,853	
	Tidak banyak keuntungan yang bisa didapatkan dengan tetap bertahan di perusahaan ini dalam waktu lama. (R)	0,858	

	Saya sering merasa sulit untuk menyetujui kebijakan perusahaan mengenai hal-hal penting yang berkaitan dengan karyawan. (R)	0,837	
	Saya sangat peduli dengan nasib perusahaan.	0,869	
	Perusahaan tempat saya bekerja adalah yang terbaik dari semua kemungkinan untuk tempat bekerja.	0,838	
	Saya membuat kesalahan besar, yaitu memutuskan bekerja di perusahaan ini. (R)	0,862	
<i>Project Complexity</i>	Proyek tersebut memiliki tingkat kepentingan yang sangat tinggi (misal tenggat singkat, target laba terbesar dibandingkan proyek lainnya, dan atau keakuratan tinggi dalam <i>Computer Generated Imagery</i> [CGI]).	0,889	0,906
	Proyek tersebut mendapat dukungan penuh, termasuk dari para pemangku kepentingan/investor.	0,886	
	Keinginan dan kebutuhan pengguna akhir selaras dengan tujuan proyek.	0,877	
	Proyek tersebut memiliki transparansi yang baik dalam proses pembuatannya.	0,879	
<i>Project Success</i>	Proyek tersebut selesai tepat waktu.	0,847	0,972
	Proyek tersebut diselesaikan sesuai dengan anggaran yang dialokasikan.	0,841	
	Hasil dari proyek tersebut dimanfaatkan sesuai keinginan pengguna akhir.	0,872	
	Hasil dari proyek tersebut kemungkinan besar akan berkelanjutan.	0,851	
	Hasil dari proyek tersebut telah memberikan manfaat langsung kepada pengguna akhir, baik melalui peningkatan efisiensi maupun efektivitas (misal meningkatkan <i>engagement rate</i> atau meningkatkan penjualan).	0,849	
	Proyek tersebut memberikan solusi terbaik terhadap masalah yang melatarbelakangi pembuatannya.	0,856	
	Saya merasa puas dengan proses pembuatan proyek tersebut.	0,872	
	Para anggota tim merasa puas dengan proses pembuatan proyek tersebut.	0,848	

	Proyek tersebut hanya memiliki sedikit masalah pada tahap awal karena mudah diterima oleh pengguna akhir.	0,856	
	Proyek tersebut secara langsung telah menghasilkan peningkatan kinerja bagi pengguna akhir.	0,848	
	Proyek tersebut telah memberikan dampak positif kepada para pengguna akhir.	0,862	
	Spesifikasi proyek telah terpenuhi pada saat penyerahan kepada pengguna akhir.	0,846	
	Pengguna akhir merasa puas dengan hasil proyek tersebut.	0,861	
	Para pemangku kepentingan/investor merasa puas dengan hasil proyek tersebut.	0,855	

Sumber: Olah Data Menggunakan SPSS

Uji *goodness of fit* menggunakan indeks yang mencakup ukuran *Absolute Fit Measures*, *Incremental Fit Measures*, dan *Parsimonious Fit Measures* guna memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai kelayakan model (Hair et al., 2010). Model dinyatakan memenuhi kriteria *goodness of fit* apabila sebagian besar indeks utama menunjukkan nilai yang berada dalam batas penerimaan yang direkomendasikan oleh Hair. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan bahwa kelayakan model tidak ditentukan oleh satu indeks tunggal, melainkan oleh evaluasi simultan dari beberapa indikator *fit* untuk menghindari kesimpulan yang bias (Browne dan Cudeck., 1992).

Tabel 2. Uji *Goodness of Fit*

Jenis Pengukuran	Pengukuran	Cut-off value	Nilai	Kesimpulan
<i>Absolute Fit Measures</i>	<i>P-value</i>	$\geq 0,05$	0,004	<i>Poor Fit</i>
	RMSEA	$\leq 0,08$	0,021	<i>Good Fit</i>
	GFI	$\geq 0,90$	0,890	<i>Marginal Fit</i>
<i>Incremental Fit Measures</i>	NFI	$\geq 0,90$	0,951	<i>Good Fit</i>
	RFI	$\geq 0,90$	0,948	<i>Good Fit</i>
	IFI	$\geq 0,90$	0,994	<i>Good Fit</i>
	TLI	$\geq 0,90$	0,993	<i>Good Fit</i>
	CFI	$\geq 0,90$	0,994	<i>Good Fit</i>
<i>Parsimonius Fit Measures</i>	AGFI	\leq GFI	0,876	<i>Marginal Fit</i>
	CMIN/DF	Batas Bawah = 1 Batas Atas = 5	1,142	<i>Good Fit</i>

Sumber: Olah Data Menggunakan Amos

Berdasarkan tabel 2, hasil pengujian *goodness of fit* menunjukkan satu *poor fit* yaitu *P-value*, dua *marginal fit*, yaitu GFI dan AGFI, serta tujuh *good fit*, yaitu RMSEA, NFI, RFI, IFI, TLI, CFI, dan CMIN/DF. Hal ini mengartikan bahwa model penelitian memiliki *goodness of fit* yang baik dan layak digunakan sebagai dasar pengujian pengaruh langsung, peran mediasi *affective commitment*, serta efek moderasi *project complexity* terhadap *project success* dalam industri kreatif digital.

2. Uji Hipotesis

Proactive personality didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk secara aktif mengidentifikasi peluang, mengambil inisiatif, serta berupaya mengubah lingkungan kerja guna mencapai hasil yang diinginkan (Crant dan Chen, 2024). *Proactive personality* memiliki keterkaitan erat dengan pembentukan *affective commitment*, di mana *affective commitment* dimaknai sebagai keterikatan emosional individu terhadap organisasi atau proyek yang ditunjukkan melalui rasa memiliki, loyalitas, dan keinginan untuk berkontribusi secara optimal (Dwivedula et al., 2016). Individu yang memiliki *affective commitment* tinggi cenderung memberikan upaya ekstra saat menyelesaikan tugas. Dalam industri kreatif digital yang ditandai dengan tekanan waktu, revisi berulang, serta tuntutan inovasi yang tinggi, *affective commitment* ini mendorong individu untuk tetap fokus, konsisten, dan berorientasi pada kualitas hasil kerja. Ditemukan tiga pengaruh langsung sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Pengaruh Langsung

Hipotesis Deskripsi	Estimate	P-Value	Keputusan
<i>Proactive personality</i> berpengaruh positif terhadap <i>project success</i>	0,442	0,000	Hipotesis didukung
<i>Proactive personality</i> berpengaruh positif terhadap <i>affective commitment</i>	1,024	0,000	Hipotesis didukung
<i>Affective commitment</i> berpengaruh positif terhadap <i>project success</i>	0,445	0,000	Hipotesis didukung

Sumber: Olah Data Menggunakan Amos

Berdasarkan tabel 3, didapatkan nilai *estimate* sebesar 0,442 dan nilai *p-value* sebesar $0,000 \leq 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dalam *proactive personality* terhadap *project success*. Hal tersebut mengartikan bahwa semakin tinggi sifat *proactive personality* maka akan semakin tinggi pula terjadinya *project success* pada industri kreatif digital di Jabodetabek. Individu dengan karakter *proactive personality* tidak hanya merespons tuntutan pekerjaan secara pasif, tetapi juga mampu menciptakan perubahan konstruktif melalui tindakan yang berorientasi pada masa depan. Dalam konteks *creative digital agency* yang ditandai oleh perubahan tren yang cepat, tekanan waktu, serta kebutuhan inovasi berkelanjutan, keberadaan individu dengan *proactive personality* menjadi faktor penting dalam mendorong efektivitas proses kerja dan kualitas output proyek.

Selaras dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *proactive personality* memiliki hubungan signifikan dengan *project success*. Individu dengan tingkat *proactive personality* tinggi mampu meningkatkan *project success* melalui inisiatif kerja, kemampuan mengantisipasi perubahan, serta keterlibatan yang lebih tinggi dalam penyelesaian proyek (Ameer et al., 2025). Selain itu, *proactive personality* berkontribusi terhadap peningkatan kreativitas karyawan melalui pertukaran informasi yang lebih luas dan hubungan kerja yang lebih efektif, pada akhirnya berdampak pada peningkatan kinerja dan hasil kerja (Zhang et al., 2021). Hubungan antara *proactive personality* dan *project success* ini dapat dijelaskan melalui *attribution theory* yang menyatakan bahwa individu cenderung mengaitkan keberhasilan dengan faktor internal, seperti kemampuan, usaha, dan kepribadian (Heider, 1958).

Proactive personality juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *affective commitment* dengan nilai *estimate* sebesar 1,024 dan nilai *p-value* sebesar $0,000 \leq 0,05$. Hal tersebut mengartikan bahwa semakin tinggi sifat *proactive personality* maka akan semakin tinggi pula pengaruh *affective commitment* seseorang pada industri kreatif digital di Jabodetabek. Individu yang proaktif cenderung lebih terlibat secara psikologis dalam pekerjaannya karena mereka tidak hanya menjalankan tugas, tetapi juga merasa memiliki peran penting dalam keberhasilan organisasi atau proyek. Dalam industri kreatif digital yang menuntut keterlibatan tinggi, fleksibilitas, dan kolaborasi intensif, *affective commitment* ini menjadi faktor penting dalam menjaga konsistensi kinerja dan kualitas hasil proyek.

Sejumlah penelitian mendukung adanya hubungan positif antara *proactive personality* dan *affective commitment*. Di antaranya temuan bahwa individu dengan *proactive personality* tinggi cenderung memiliki tingkat *affective commitment* yang lebih kuat karena mereka lebih aktif dalam membangun hubungan kerja, mencari makna dalam pekerjaan, serta berkontribusi secara sukarela terhadap organisasi (Sridadi et al., 2024). Selain itu, *proactive personality* berpengaruh signifikan terhadap *affective commitment*, baik secara langsung maupun melalui mekanisme motivasi prososial (Ullah et al., 2020). Individu proaktif cenderung memiliki dorongan internal untuk membantu organisasi mencapai tujuannya sehingga meningkatkan *affective commitment* mereka terhadap organisasi. Hal ini menunjukkan bahwa *proactive personality* tidak hanya berdampak pada kinerja, tetapi juga memperkuat hubungan psikologis antara individu dan organisasi. Sejalan dengan *person-organization fit theory* yang menjelaskan bahwa kesesuaian antara nilai individu dan organisasi akan menghasilkan tingkat komitmen yang lebih tinggi (Kristof, 1996).

Affective commitment dan *project success* dapat dipahami melalui tingkat keterlibatan emosional individu dalam pekerjaan dan proyek yang dijalankan. Terbukti pada hasil analisis yang menunjukkan nilai *estimate* sebesar 0,445 dan nilai *p-value* sebesar $0,000 \leq 0,05$ sehingga disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dalam *affective commitment* terhadap *project success*. Hal tersebut mengartikan bahwa semakin tinggi sebuah *affective commitment* pada diri individu maka semakin tinggi pula kemungkinan terjadinya *project success* pada industri kreatif digital di Jabodetabek. Individu merasa terhubung secara emosional dengan proyek sehingga lebih termotivasi untuk memastikan bahwa *output* yang dihasilkan tidak hanya memenuhi target teknis, tetapi juga mampu memberikan nilai tambah bagi klien dan audiens hingga meningkatkan peluang tercapainya *project success*. Didukung oleh penemuan terbaru bahwa individu dengan *affective commitment* tinggi cenderung memberikan kontribusi kerja yang lebih inovatif karena memiliki keterikatan emosional terhadap organisasi sehingga lebih terdorong untuk mendukung pencapaian tujuan organisasi dan keberhasilan proyek melalui ide serta solusi kreatif (Arizal et al., 2026).

Sesuai dengan *attribution theory*, di mana individu dengan *affective commitment* tinggi cenderung menafsirkan terjadinya *project success* akibat keterlibatan dan kontribusi pribadi, akhirnya memperkuat rasa tanggung jawab dan dorongan untuk mencapai hasil yang optimum. Dalam situasi proyek kompleks seperti yang sering terjadi pada *creative digital agency*, atribusi terhadap faktor internal mendorong individu untuk tetap berupaya maksimal meskipun menghadapi tekanan dan ketidakpastian. Penelitian lain mengungkapkan bahwa *affective commitment* berkontribusi dalam mendorong perilaku berbagi pengetahuan dan kreativitas, ini merupakan elemen kunci dalam menghasilkan *output* proyek yang inovatif dan relevan (Noerchoidah et al., 2023). Dalam industri kreatif digital, kemampuan berbagi ide dan berkolaborasi secara efektif menjadi penentu dalam menciptakan konten yang kompetitif dan berdampak. Studi lain turut menambahkan bahwa keseimbangan kehidupan kerja dan kesesuaian individu dengan pekerjaannya mampu meningkatkan *affective organizational commitment* yang kemudian berpengaruh terhadap peningkatan performa kerja individu dalam organisasi (Fatimah et al., 2023). Hal ini menjelaskan bahwa ketika individu merasa pekerjaannya sesuai dengan kemampuan, nilai, dan harapan pribadinya, maka *affective commitment* terhadap organisasi akan semakin kuat dan mendorong individu untuk memberikan kontribusi optimal terhadap pencapaian tujuan organisasi maupun *project success*.

Tabel 4. Uji Mediasi

Hipotesis Deskripsi	Indirect Effect	Confidence Interval	Keputusan
<i>Affective Commitment</i> memediasi pengaruh <i>Proactive Personality</i> terhadap <i>Project Success</i>	0,456	Lower 0,270 Upper 0,642 95%	Hipotesis didukung

Sumber: Olah Data Menggunakan Amos

Berdasarkan tabel 4 yang didapatkan dengan metode *bootstrapping* menggunakan 5.000 *resamples*, menghasilkan besar efek pada nilai *indirect effect* setinggi 0,456 mengartikan setiap peningkatan *proactive personality* akan meningkatkan *project success* sebesar 0,456 melalui *affective commitment* dan *confidence interval* 95% menunjukkan rentang nilai antara 0,270 hingga 0,642 sehingga seluruh *confidence interval* tidak mencakup nilai nol yang mengartikan mediasi terjadi secara positif dan signifikan (Preacher dan Hayes, 2008). Maka dari itu hipotesis *affective commitment* memediasi pengaruh *proactive personality* terhadap *project success* didukung.

Temuan ini menjelaskan bahwa pengaruh *proactive personality* terhadap *project success* disalurkan melalui peningkatan *affective commitment* anggota tim proyek pada industri kreatif digital di Jabodetabek. Industri ini sarat dengan dinamika perubahan, individu proaktif akan lebih produktif dalam mencari peluang, menyelesaikan masalah, serta berinisiatif dalam proses kerja. Dampak perilaku tersebut terhadap *project success* akan semakin optimal ketika individu juga memiliki *affective commitment* yang kuat dengan organisasi atau proyek yang dijalankan. Dengan kata lain, *proactive personality* mendorong terbentuknya *affective commitment* yang kemudian memperkuat dedikasi, konsistensi, serta kualitas kontribusi individu dalam setiap tahapan proyek, setelah itu terjadi peningkatan peluang tercapainya *project success*.

Selaras dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa *proactive personality* tidak hanya berpengaruh langsung terhadap *project success*, tetapi juga melalui peningkatan *affective commitment* yang memperkuat keterlibatan individu dalam lingkungan kerja kompleks (Ameer et al., 2025). Selain itu, studi lain mengindikasikan bahwa individu dengan kecenderungan proaktif mampu meningkatkan hasil kerja melalui mekanisme psikologis dan sosial, termasuk keterlibatan emosional dan hubungan kerja yang lebih efektif (Zhang et al., 2021). Temuan ini menguatkan bahwa *affective commitment* berfungsi sebagai jalur penting yang menjembatani pengaruh karakteristik individu terhadap hasil kerja yang lebih optimal. Namun, hasil analisis hipotesis pertama yang menunjukkan jalur langsung *proactive personality* terhadap *project success* tetap signifikan dengan koefisien sebesar 0,442 dan *p-value* sebesar 0,000 meskipun variabel mediator telah dimasukkan ke dalam model. Hal ini berarti mediasi bersifat parsial, *affective commitment* hanya menjelaskan sebagian mekanisme hubungan antara *proactive personality* dan *project success*, sementara sebagian pengaruh lainnya tetap terjadi secara langsung tanpa melalui mediator.

Tabel 5. Uji Moderasi

Hipotesis Deskripsi	C.R.	P-Value	Standardized Regression Weight (β)	Keputusan
<i>Project Complexity</i> memoderasi pengaruh <i>Affective Commitment</i> terhadap <i>Project Success</i>	4,372	0,000	0,307	Hipotesis didukung

Sumber: Olah Data Menggunakan Amos

Berdasarkan tabel 5, didapatkan nilai koefisien jalur interaksi antara *affective commitment* dan *project complexity* menuju *project success* sebesar 0,307, serta tingkat signifikansi melalui nilai *Critical Ratio* (C.R.) sebesar $4,372 > 1,96$ dan *p-value* sebesar $0,000 \leq 0,05$ sehingga dinyatakan memoderasi secara positif dan signifikan (Hayes dan Little, 2022). Melihat nilai koefisien *interaction term* $0,307 > 0$ mengartikan moderasi memperkuat pengaruh *affective commitment* terhadap *project success* (Hayes dan Little, 2022). Temuan ini menunjukkan bahwa *project complexity* terbukti memoderasi pengaruh *affective commitment* terhadap *project success*. Semakin tinggi tingkat *project complexity*, maka pengaruh *affective commitment* terhadap *project*

success akan semakin kuat. Kondisi proyek yang kompleks menyebabkan *affective commitment* anggota tim menjadi faktor yang semakin penting dalam menentukan *project success* pada industri kreatif digital di Jabodetabek. Dalam kondisi tersebut, individu yang memiliki *affective commitment* kuat akan lebih mampu bertahan menghadapi tekanan, menjaga kualitas kerja, serta beradaptasi terhadap perubahan sehingga berpotensi meningkatkan *project success* secara signifikan.

Sesuai dengan temuan bahwa *project complexity* dapat memperkuat pengaruh faktor internal terhadap *project success* dengan tetap memperhatikan bagaimana individu dan organisasi mengelolanya (Majeed et al., 2023). Selain itu, *project complexity* bukan hanya tantangan teknis, tetapi juga memerlukan pendekatan manajerial dan perilaku yang adaptif, termasuk *affective commitment* yang tinggi dari individu dalam tim (Maylor et al., 2013). *Affective commitment* tersebut menjadi sumber daya psikologis yang penting untuk menjaga stabilitas kinerja di tengah ketidakpastian dan dinamika proyek yang tinggi. Dari perspektif *person-organization fit theory*, kesesuaian antara nilai individu dan organisasi akan semakin diuji dalam kondisi proyek yang kompleks (Kristof-Brown et al., 2023). Individu yang memiliki *affective commitment* tinggi dan selaras dengan nilai organisasi akan lebih mampu menavigasi kompleksitas melalui kolaborasi, komunikasi, dan adaptasi yang efektif sehingga memperbesar peluang tercapainya hasil proyek yang optimal.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *proactive personality* terhadap *project success* melalui peran mediasi *affective commitment* serta moderasi *project complexity* pada industri kreatif digital di wilayah Jabodetabek. Berdasarkan hasil analisis SEM, seluruh hipotesis penelitian dinyatakan didukung sehingga menunjukkan bahwa faktor psikologis individu memiliki peranan penting dalam menentukan *project success* pada lingkungan kerja kreatif yang dinamis, fleksibel, dan penuh ketidakpastian. Hasil penelitian membuktikan bahwa *proactive personality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *project success*. Individu yang memiliki kecenderungan proaktif akan mampu mengambil inisiatif, mengidentifikasi peluang, beradaptasi terhadap perubahan, serta mempertahankan upaya untuk menghasilkan perbaikan dalam proses kerja. Dalam konteks industri kreatif digital yang menuntut kreativitas tinggi, kecepatan respons, dan kemampuan inovasi berkelanjutan, karakteristik tersebut menjadi modal penting dalam meningkatkan efektivitas kerja tim dan kualitas output proyek.

Penelitian ini juga menemukan bahwa *proactive personality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *affective commitment*. Individu yang proaktif cenderung memiliki keterikatan emosional yang lebih kuat terhadap organisasi maupun proyek karena mereka merasa memiliki ruang untuk berkontribusi, berkembang, dan menciptakan perubahan positif dalam lingkungan kerja. Temuan ini memperkuat pandangan *person-organization fit theory* bahwa kesesuaian antara karakteristik individu dengan lingkungan organisasi akan meningkatkan tingkat komitmen individu terhadap pekerjaan dan organisasi. Dalam industri kreatif digital, *affective commitment* menjadi aspek penting karena pekerjaan tidak hanya membutuhkan kemampuan teknis, tetapi juga keterlibatan emosional, loyalitas, serta kemauan untuk memberikan kontribusi ekstra demi tercapainya tujuan proyek.

Selanjutnya, *affective commitment* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *project success*. Individu yang memiliki keterikatan emosional tinggi terhadap organisasi dan proyek akan menunjukkan dedikasi, konsistensi, serta tanggung jawab yang lebih besar dalam menyelesaikan pekerjaan. Kondisi tersebut mendorong individu untuk tetap bertahan menghadapi tekanan kerja, revisi berulang, perubahan kebutuhan klien, serta ketidakpastian

proyek yang umum terjadi dalam industri kreatif digital. Temuan ini mengindikasikan bahwa *project success* tidak hanya dipengaruhi oleh aspek teknis dan manajerial, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kondisi psikologis individu yang terlibat dalam proyek. Semakin tinggi *affective commitment* yang dimiliki anggota tim, maka semakin besar pula peluang tercapainya *project success* secara optimal.

Hasil penelitian turut membuktikan bahwa *affective commitment* mampu memediasi pengaruh *proactive personality* terhadap *project success*. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh *proactive personality* terhadap *project success* tidak hanya terjadi secara langsung, tetapi juga melalui peningkatan keterikatan emosional individu terhadap organisasi dan proyek. Individu yang proaktif cenderung membangun hubungan kerja yang lebih baik, memiliki rasa tanggung jawab yang lebih tinggi, serta lebih terlibat dalam pencapaian tujuan organisasi sehingga meningkatkan *affective commitment* mereka. Pada akhirnya, keterikatan emosional tersebut memperkuat kualitas kontribusi individu dalam setiap tahapan proyek dan mendorong terciptanya *project success*. Namun, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa mediasi yang terjadi bersifat parsial sehingga *proactive personality* tetap memiliki pengaruh langsung terhadap *project success* meskipun *affective commitment* telah dimasukkan sebagai variabel mediator.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa *project complexity* terbukti memoderasi pengaruh *affective commitment* terhadap *project success* dengan arah hubungan positif. Semakin tinggi tingkat kompleksitas proyek, maka semakin kuat pengaruh *affective commitment* terhadap *project success*. Dalam kondisi proyek yang kompleks, penuh tekanan, dan memiliki tingkat ketidakpastian tinggi, individu yang memiliki *affective commitment* kuat akan lebih mampu mempertahankan stabilitas kinerja, menjaga kualitas hasil kerja, serta beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi selama proses proyek berlangsung. Temuan ini menunjukkan bahwa *project complexity* tidak selalu menjadi faktor penghambat *project success*, melainkan dapat menjadi kondisi yang memperkuat pentingnya keterikatan emosional individu dalam mendukung *project success*. Maka dari itu *affective commitment* dapat dipahami sebagai sumber daya psikologis strategis yang membantu individu menghadapi kompleksitas kerja dalam industri kreatif digital.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan *attribution theory* dan *person-organization fit theory* dalam menjelaskan *project success* pada industri kreatif digital. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa *project success* dipengaruhi oleh faktor internal individu, seperti *proactive personality* dan *affective commitment*, serta diperkuat oleh kondisi lingkungan kerja yang kompleks. Secara praktis, penelitian ini memberikan implikasi bagi *creative digital agency* untuk lebih memperhatikan pengembangan karakter proaktif, peningkatan keterikatan emosional karyawan, serta penciptaan lingkungan kerja yang mendukung kolaborasi, kreativitas, dan keterlibatan individu dalam proyek. Organisasi perlu membangun budaya kerja yang memberikan ruang bagi individu untuk berinisiatif, berinovasi, serta merasa dihargai atas kontribusinya sehingga *project success* dapat dicapai secara berkelanjutan di tengah dinamika industri kreatif digital yang terus berkembang.

Referensi :

- Aga, D. A., Noorderhaven, N., & Vallejo, B. (2016). Transformational leadership and project success: The mediating role of team-building. *International Journal of Project Management*, 34(5), 806–818. <https://doi.org/10.1016/j.ijproman.2016.02.012>
- Ameer, A., Gnan, L., & Oppedisano, R. (2025). Unlocking project success: how proactive personality, transformational leadership and affective commitment drive outcomes in complex environments. *International Journal of Managing Projects in Business*, 18(8), 161–188. <https://doi.org/10.1108/IJMPB-03-2025-0064>
- Arizal., Pujiwati, A., & Ramly, A.T. (2026), Membangun Perilaku Kerja Inovatif Melalui Kepemimpinan Digital Serta Peran Komitmen Afektif Sebagai Moderator Pada Organisasi Pemerintah. *Jurnal Mirai Management*, 11(1), 458–470. <https://doi.org/10.37531/mirai.v11i1>
- Bateman, T. S. & Crant, J. M. (1993). The proactive component of organizational behavior: a measure and correlates. *Journal of Organizational Behavior*, vol. 14 No. 2, pp. 103-118. <https://doi.org/10.1002/job.4030140202>
- Bhawna, Sharma, S. K., & Gautam, P. K. (2024). The influence of subordinates' proactive personality, supervisors' I-deals on subordinates' affective commitment and occupational well-being: mediating role of subordinates' I-deals. *Journal of Work-Applied Management*, 16(1), 48–64. <https://doi.org/10.1108/JWAM-04-2023-0030>
- Browne, M. W., & Cudeck, R. (1992). Alternative Ways of Assessing Model Fit. *Sociological Methods & Research*, 21(2), 230–258. <https://doi.org/10.1177/0049124192021002005>
- Crant, J. M., & Chen, N. (2024). Proactive personality and behavior: Opportunities for refining theory and creating a more unified understanding. *Journal of Management Scientific Reports*, 2(3–4), 280–295. <https://doi.org/10.1177/27550311241286882>
- Dwivedula, R., Bredillet, C. N., & Müller, R. (2016). Personality and work motivation as determinants of project success: the mediating role of organisational and professional commitment. *International Journal of Management Development*, 1(3), 229. <https://doi.org/10.1504/IJMD.2016.076553>
- Fareed, M. Z., Su, Q., Almutairi, M., Munir, K., & Fareed, M. M. S. (2022). Transformational leadership and project success: The mediating role of trust and job satisfaction. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.954052>
- Fatimah, T., & Gunawan, A. W. (2023). Analisis Pengaruh Work Life Balance dan Person Job Fit Terhadap Affective Organizational Commitment. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 17(1), 75–89. <https://doi.org/10.32815/jibeka.v17i1.1296>
- Fraj, E., Matute, J., & Melero, I. (2015). Environmental strategies and organizational competitiveness in the hotel industry: The role of learning and innovation as

determinants of environmental success. *Tourism Management*, 46, 30–42.

<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.05.009>

Geraldi, J., Maylor, H., & Williams, T. (2011). Now, let's make it really complex (complicated): A systematic review of the complexities of projects. In *International Journal of Operations and Production Management* (Vol. 31, Number 9, pp. 966–990).

<https://doi.org/10.1108/01443571111165848>

Hair, J. F. . (2010). *Multivariate data analysis : a global perspective*. Pearson Education.

Hair, J. F. ., Black, W. C. ., Babin, B. J. ., & Anderson, R. E. . (2018). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage.

Hair, J., Hollingsworth, C. L., Randolph, A. B., & Chong, A. Y. L. (2017). An updated and expanded assessment of PLS-SEM in information systems research. *Industrial Management and Data Systems*, 117(3), 442–458. <https://doi.org/10.1108/IMDS-04-2016-0130>

Hayes, A. F. (2022). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach* (3rd ed.). Guilford Press.

Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations*. John Wiley & Sons, Inc.

<https://doi.org/10.1037/10628-000>

Izzati, F. F., Larasati, R. S., Laksana, B. K. C., Apinino, R., & Azali, K. (2021). *Pekerja industri kreatif Indonesia: Flexploitation, kerentanan, dan sulitnya berserikat*. Serikat Pekerja Media dan Industri Kreatif untuk Demokrasi (SINDIKASI) × FNV Mondiaal.

https://sindikasi.org/resources/Riset_Pekerja_Industri_Kreatif_Indonesia.pdf

Jia-jun, Z., & Hua-ming, S. (2022). The Impact of Career Growth on Knowledge-Based Employee Engagement: The Mediating Role of Affective Commitment and the Moderating Role of Perceived Organizational Support. *Frontiers in Psychology*, 13.

<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.805208>

Keys, N. (1934). The influence on learning and retention of weekly as opposed to monthly tests. *Journal of Educational Psychology*, 25(6), 427–436. <https://doi.org/10.1037/h0074468>

Kline, R. B. . (2023). *Principles and practice of structural equation modeling*. Guilford.

Koi-Akrofi, G. Y., Afful, E., & Akwetey Matey, H. (2019). I.T. Project Success: Practical Frameworks Based on Key Project Control Variables. *International Journal of Software Engineering & Applications*, 10(5), 55–69. <https://doi.org/10.5121/ijsea.2019.10504>

Kristof, A. L. (1996). Person-Organization Fit: An Integrative Review Of Its Conceptualizations, Measurement, And Implications. *Personnel Psychology*, 49(1), 1–49.

<https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1996.tb01790.x>

- Kristof-Brown, A., Schneider, B., & Su, R. (2023). Person-organization fit theory and research: Conundrums, conclusions, and calls to action. *Personnel Psychology*, 76(2), 375–412. <https://doi.org/10.1111/peps.12581>
- Majeed, M. I., Mahmood, R., Som, H. Md., & Munir, S. (2023). Impact of Project Management Strategies and Project Complexity on Project Success. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, 6(1), 283–294. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/6/20220145>
- Maylor, H. R., Turner, N. W., & Murray-Webster, R. (2013). How Hard Can It Be?: Actively Managing Complexity in Technology Projects. *Research-Technology Management*, 56(4), 45–51. <https://doi.org/10.5437/08956308X5602125>
- Newman, A., Tse, H. H. M., Schwarz, G., & Nielsen, I. (2018). The effects of employees' creative self-efficacy on innovative behavior: The role of entrepreneurial leadership. *Journal of Business Research*, 89, 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.04.001>
- Noerchoidah, Harjanti, D., Dwiarta, I. M., & Suprpto, W. (2023). Enhancing Creativity: The Role of Affective Commitment and Knowledge Sharing. *Journal of Business and Management Review*, 4(7), 494–509. <https://doi.org/10.47153/jbmr47.7282023>
- Porter, L. W., Steers, R. M., Mowday, R. T., & Boulian, P. V. (1974). Organizational commitment, job satisfaction, and turnover among psychiatric technicians. *Journal of Applied Psychology*, 59(5), 603–609. <https://doi.org/10.1037/h0037335>
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008). Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods*, 40(3), 879–891. <https://doi.org/10.3758/BRM.40.3.879>
- Sridadi, A. R., Pratama, A. S., Eliyana, A., Gunawan, D. R., & Yazid, Z. (2024). Fostering Organizational Citizenship Behavior: The Role of Proactive Personality, Job Satisfaction, and Affective Commitment. *SAGE Open*, 14(3). <https://doi.org/10.1177/21582440241268848>
- Sukirno, S., Waluyo, I., Farlianto, F., Suprayitno, B., Siengthai, S., Popaitoon, S., & Johari, R. J. (2024). The effect of job crafting, proactive personality and work engagement matter on employees' intention to stay in Indonesia. *Migration Letters*, 21(S1), 1–13. <https://doi.org/10.59670/ml.v21iS1.5906>
- Triani, E. O., Emilisia, N., & Puspa, T. (2023). Effect of Participation in General Skills Training, Job Satisfaction, and Perceived Organizational Support and Job Burn Out on Turnover Intention : Financial Technology Employees in Jakarta. *Jurnal Ecoment Global*, 8(3), 79–89. <https://doi.org/10.36982/jeg.v8i3.3439>

Ullah, I., Elahi, N. S., Abid, G., & Butt, M. U. (2020). The Impact of Perceived Organizational Support and Proactive Personality on Affective Commitment: Mediating Role of Prosocial Motivation. *Business, Management and Education*, 18(2), 183–205.

<https://doi.org/10.3846/bme.2020.12189>

Zhang, A., Li, X., & Guo, Y. (2021). Proactive Personality and Employee Creativity: A Moderated Mediation Model of Multisource Information Exchange and LMX. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.552581>

Zhang, J., & Zhu, F. (2024). The Roles of Proactive Personality and Career Satisfaction in the Impact of Employer Brand Attributes Congruence on Creativity. *Behavioral Sciences*, 14(7). <https://doi.org/10.3390/bs14070610>