

HUBUNGAN ANTARA *BIG FIVE PERSONALITY* DENGAN *CUSTOMER-ORIENTED SELLING* PADA WIRANAIGA

Catherine Jeane Sutanto

Psikologi

catherinejeaness@gmail.com

Pembimbing:

1. Dr. Dra. L. Verina Halim S., M.M.
2. Listyo Yuwanto, S. Psi, M.Psi.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan *big five personality* dengan perilaku *customer-oriented selling*. Penelitian sebelumnya hanya mengukur perilaku secara umum, atau dalam kata lain tidak dikaitkan dengan perilaku pada pekerjaan tertentu. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kepribadian seseorang berperan dalam memunculkan perilaku *customer-oriented selling* pada wiraniaga asuransi. Responden 50 orang wiraniaga asuransi, bekerja lebih dari 1 tahun, dan secara aktif melakukan penjualan pribadi. Penelitian ini adalah penelitian survei sehingga digunakan *customer-oriented selling scale* yang diadaptasi dari penelitian Brown *et al.* (2002) yang disesuaikan dengan konteks pekerjaan wiraniaga asuransi dan *big five inventory* (BFI). Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya *extraversion* yang memiliki hubungan dengan perilaku *customer-oriented selling*, sedangkan tidak pada empat tipe kepribadian lainnya ($p=0.007$, $p>0.05$). Tidak adanya hubungan antara *openness to experience*, *conscientiousness*, *agreeableness*, dan *neuroticism* disebabkan adanya *surface* dan *deep acting* yang memengaruhi individu bertindak pada situasi penjualan.

Kata Kunci: Customer-oriented selling, big five personality traits, openness to experience, conscientiousness, extraversion, agreeableness, neuroticism