

ABSTRAK

Narendrasasi Trisakti, 111611133040, Pengaruh *Big Five Personality* terhadap *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) pada Tenaga Penjualan, *Skripsi*, Fakultas Psikologi Universitas Airlangga, 2020.

xvi + 105 halaman + 10 lampiran.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh big five personality terhadap organizational citizenship behavior (OCB) pada tenaga penjualan di Indonesia. OCB adalah perilaku diskresi—jenis perilaku yang bukan dari deskripsi pekerjaan—yang secara tidak langsung diakui oleh sistem reward formal dan diyakini secara langsung mempromosikan fungsi yang efektif dalam perusahaan (Organ, 1988). Sedangkan big five personality merupakan sebutan untuk lima sifat utama kepribadian yang disusun oleh Costa dan McCrae (1992). Hipotesis penelitian ini adalah sifat openness, conscientiousness, extraversion, agreeableness, dan neuroticism secara parsial berpengaruh terhadap OCB pada tenaga penjualan. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 189 tenaga penjualan dengan metode survei. OCB diukur menggunakan modifikasi skala dari Podsakoff & MacKenzie (1994). Big five personality diukur dengan skala IPIP-BFM-25 oleh Akhtar & Azwar (2018). Teknik analisis data yang digunakan adalah uji regresi linear berganda standar. Hasil analisis data menunjukkan bahwa sifat openness, conscientiousness, dan extraversion tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap OCB pada tenaga penjualan. Sedangkan sifat agreeableness dan neuroticism memiliki pengaruh yang signifikan terhadap OCB pada tenaga penjualan.

Kata Kunci: *big five personality, OCB, tenaga penjualan.*

Daftar Pustaka, 65 (1978-2020)

ABSTRACT

Narendrasasi Trisakti, 111611133040, The Impact of Big Five Personality Towards Organizational Citizenship Behavior (OCB) among Salesperson, *Undergraduate Thesis*, Faculty of Psychology Universitas Airlangga, 2020.

xvi + 105 pages + 10 appendixes.

The objective of this research is to examine the effect of big five personality on organizational citizenship behavior (OCB) among salesperson in Indonesia. OCB defined by Organ (1988) as individual behavior that is discretionary, not directly or explicitly recognized by the formal reward system, and that in the aggregate promotes the effective functioning of the organization. The big five personality is a term for five main personality traits compiled by Costa and McCrae (1992). This research hypothesized that openness, conscientiousness, extraversion, agreeableness, and extraversion traits partially affect OCB among salesperson. Data were collected with questionnaires on 189 salespersons. OCB was measured using scale modification from Podsakoff & MacKenzie (1994). The big five personality is measured by the IPIP-BFM-25 scale by Akhtar & Azwar (2018). The hypotheses were tested using standard multiple linear regression. The results showed that openness, conscientiousness, and extraversion traits has no significant effects on OCB among salesperson. Meanwhile agreeableness and neuroticism traits has significant effects on OCB among salesperson.

Keywords: *big five personality, OCB, salesperson.*

References, 65 (1978-2020)