

PENGARUH PERSONALITY TRAITS TERHADAP GREEN PURCHASING BEHAVIOUR PADA KONSUMEN MUDA SOCIOLLA INDONESIA DIMEDIASI TINGKAT ENVIRONMENT CONCERN KONSUMEN

Devina Meilasari
Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
tdevinameilasari@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine: The influence of personality traits based on the theory of the big five personality traits in the green purchasing behaviour of young consumers Sociolla Indonesia with the level of environmental concern as a mediator. The population in this study are consumers of Sociolla Indonesia who are 13-40 years old. This study used nonprobability sampling technique and purposive sampling method. This study used 96 respondents as samples through distributing the questionnaires by Google Form. Data Analysis technique used in Partial Least Square (PLS) with SmartPLS 4.1.0.0 application. The result of this study is from all of big five personality traits mode, only one personality traits has an influence, namely neuroticism, which influences green purchasing behaviour both directly and mediated by the level of environmental concern

Keywords: *Personality Traits, Green Purchasing Behaviour, Environment Concern, Green Marketing.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: Pengaruh *personality traits* dengan dasar *big five personality traits model* terhadap *green purchasing behaviour* pada konsumen muda Sociolla Indonesia melalui tingkat *environment concern* sebagai mediator. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Sociolla Indonesia dengan usia 13-40 tahun. Dalam penelitian ini digunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan 96 responden sebagai sampel yang datanya didapatkan melalui penyebaran kuesioner *online* dalam bentuk Google Form. Teknik analisis yang digunakan adalah *Partial Least Square* dengan aplikasi SmartPLS 4.1.0.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, dari kelima *big five personality traits model*, hanya satu saja yaitu *neuroticism* yang berpengaruh terhadap *green purchasing behaviour* baik melalui *environment concern* sebagai mediator maupun secara langsung.

Kata kunci: *Personality Traits, Green Purchasing Behaviour, Environment Concern, Green Marketing.*