

ABSTRAK

Nama : Aprida Hanum
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Agreeableness* (Keramahan), *Conscientiousness* (Kesadaran), *Extraversion* (Ekstraversi) dan *Openness To Experience* (Keterbukaan Pengalaman) Terhadap *Green Purchase Intention* Produk *Love Beauty and Planet* Pada Mahasiswa Universitas Malikussaleh.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Agreeableness* (Keramahan), *Conscientiousness* (Kesadaran), *Extraversion* (Ekstraversi) dan *Openness To Experience* (Keterbukaan Pengalaman) Terhadap *Green Purchase Intention* Produk *Love Beauty and Planet* Pada Mahasiswa Universitas Malikussaleh. Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Universitas Malikussaleh yang menggunakan atau pernah melakukan pembelian produk *Love Beauty and Planet*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan cara membagikan kuesioner secara langsung kepada 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Agreeableness* (Keramahan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Purchase Intention*, *Conscientiousness* (Kesadaran) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Purchase Intention*, *Extraversion* (Ekstraversi) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Purchase Intention* dan *Openness To Experience* (Keterbukaan Pengalaman) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Green Purchase Intention*.

Kata kunci : kepribadian, keramahan, kesadaran, ekstraversi , keterbukaan pengalaman, niat beli produk ramah lingkungan.

ABSTRACT

Name : Aprida Hanum
Study Program : Manajemen
Title : The Influence of Agreeableness, Conscientiousness, Extraversion and Openness to Experience on Green Purchase Intention Love Beauty and Planet Products among Malikussaleh University Students.

This research aims to determine the influence of Agreeableness, Conscientiousness, Extraversion and Openness to Experience on Green Purchase Intention for Love Beauty and Planet Products among Malikussaleh University Students. This research was conducted on Malikussaleh University students who used or had purchased Love Beauty and Planet products. The data used in this research is primary data obtained by distributing questionnaires directly to 100 respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis using SPSS software. The research results show that Agreeableness has a positive and significant effect on Green Purchase Intention, Conscientiousness has a positive and significant effect on Green Purchase Intention, Extraversion has a positive and significant effect on Green Purchase Intention and Openness to Experience. positive and significant effect on Green Purchase Intention.

Keywords : *personality, agreeableness, conscientiousness, extraversion, openness to experience, green purchase intention.*