

**PENGARUH *SELF ESTEEM*, *NEUROTICISM*, *AGREEABLENESS*, DAN
EXTRAVERSION TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN
PERCEIVED ENVIRONMENT SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Pada Konsumen Mobil Listrik)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan Oleh:

Andreas Reza Supriyanto

NPM : 21420094

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

2024

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH *SELF ESTEEM*, *NEUROTICISM*, *AGREEABLENESS*, DAN
EXTRAVERSION TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN
PERCEIVED ENVIRONMENT SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Pada Konsumen Mobil Listrik)**

Diajukan Oleh:

Andreas Reza Supriyanto
NPM: 21420094

DOSEN PEMBIMBING



Dr. Kristiningsih, SE., M.Si

Tanggal, 15 Januari 2025

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM

Tanggal, 15 Januari 2025

HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

SKRIPSI

**PENGARUH *SELF ESTEEM*, *NEUROTICISM*, *AGREEABLENESS*, DAN
EXTRAVERSION TERHADAP *PURCHASE INTENTION* DENGAN
PERCEIVED ENVIRONMENT SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Pada Konsumen Mobil Listrik)**

Diajukan Oleh:

Andreas Reza Supriyanto

NPM: 21420094

Pembimbing Utama



Dr. Kristiningsih, SE., M.Si

Anggota Dewan Penguji Lain



Dr. Dana Aditya, SE., MBA

Hendra Prasetya, SE., M.Ak

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal 8 Januari 2025



Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM

Ketua Program Studi

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa di dalam naskah Skripsi tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh diri saya sendiri atau orang lain untuk memperoleh gelar akademik, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam bagian utama Skripsi dan daftar Pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiat, maka saya bersedia jika disertasi digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (Sarjana Manajemen) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surabaya, 5 Januari 2024

Yang membuat pernyataan



Andreas Reza Suprivanto

NPM: 21420094

KATA PENGANTAR

Segala syukur dan puji hanya bagi Tuhan Yesus Kristus, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh *Self Esteem, Neuroticism, Agreeableness, Dan Extraversion Terhadap Purchase Intention Dengan Perceived Environment* Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Mobil Listrik)”. Maksud dan tujuan penulisan ini adalah untuk memenuhi syarat menyelesaikan studi dan mendapat gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Terwujudnya penulisan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, Prof. Dr. H. Widodo Ario Kentjono, dr. Sp. THT-KL (K), FICS, yang telah memberikan izin dan menerima penulis sebagai mahasiswa di Fakultas Kedokteran Hewan Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, Drs.Ec Gimanto Gunawan, MM,M.Ak., yang telah membantu kelancaran pendidikan penulis di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, Dr. Adrianto Trimarjono, SE., MM., yang telah membantu

kelancaran pendidikan penulis di Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

4. Drs.Ec Gimanto Gunawan, MM,M.Ak., selaku dosen Wali yang telah membimbing, memberi nasehat dan dorongan semangat.
5. Dr. Kristiningsih, SE.,MSi., selaku dosen pembimbing utama yang telah membimbing, mengarahkan dan memberikan dorongan semangat, dengan penuh kesabaran dan keikhlasan.
6. Seluruh dosen dan staff di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah membantu dalam menyelesaikan studi.
7. Ayah tercinta Boaz Agung Supriyanto dan ibu tercinta Dwi Pembayun Sri Martisari S.Pd., yang saya banggakan, terimakasih karena tak habis habisnya selalu memberikan dukungan, nasehat dan doa terbaik demi kebahagiaan dan kesuksesan anaknya.
8. Selinita Maura, yang menemani, meluangkan waktu, tenaga, pikiran ataupun materi, dan memberi semangat untuk terus maju tanpa kenal lelah dalam meraih apa yang menjadi impian saya. Telah menjadi sosok rumah yang selalu ada dan menjadi bagian dari perjalanan hidup saya. *Thanks for telling me the story about how the sun love the moon so much, that it died every night to let the moon breath.* Terimakasih, Bu Dokter.
9. Serta teman sejawat saya yang sudah memberikan dukungan dan mendoakan kelancaraan pendidikan penulisan.

DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Sistematika Skripsi	15
BAB II TELAAH PUSTAKA	16
2.1 Landasan Teori	16

2.1.1	<i>Attribution Theory</i>	16
2.1.2	<i>Personal Traits</i>	17
2.1.3	<i>Purchase Intention</i>	18
2.1.4	<i>Self-Esteem</i>	22
2.1.5	<i>Agreeableness</i>	23
2.1.6	<i>Neurocitism</i>	24
2.1.7	<i>Extraversion</i>	25
2.1.8	<i>Perceived Environment</i>	26
2.2	Penelitian Sebelumnya	27
2.3	Pengembangan Hipotesis.....	32
2.3.1	Pengaruh <i>Self–Esteem</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	32
2.3.2	Pengaruh <i>Neurocitism</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	33
2.3.3	Pengaruh <i>Agreeableness</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	34
2.3.4	Pengaruh <i>Extraversion</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	35
2.3.5	Pengaruh <i>Self–Esteem</i> terhadap <i>Perceived Environment</i>	36
2.3.6	Pengaruh <i>Neurocitism</i> terhadap <i>Perceived Environment</i>	37
2.3.7	Pengaruh <i>Agreeableness</i> terhadap <i>Perceived Environment</i>	38
2.3.8	Pengaruh <i>Extraversion</i> terhadap <i>Perceived Environment</i>	38
2.3.9	Pengaruh <i>Perceived Environment</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	39
2.3.10	<i>Perceived Environment</i> Dapat Memediasi Pengaruh <i>Self-Esteem</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	40

2.3.11	<i>Perceived Environment</i> Dapat Memediasi Pengaruh <i>Neurocitism</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	40
2.3.12	<i>Perceived Environment</i> Dapat Memediasi Pengaruh <i>Agreeableness</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	41
2.3.13	<i>Perceived Environment</i> Dapat Memediasi Pengaruh <i>Extraversion</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	42
2.4	Kerangka Konseptual	43
BAB III METODE PENELITIAN.....		45
3.1	Pendekatan Penelitian.....	45
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	46
3.2.1	Populasi.....	46
3.2.2	Sampel.....	46
3.3	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	47
3.4	Prosedur Pengumpulan Data	55
3.5	Teknik Analisis Data	56
3.5.1	Uji Instrumen.....	57
3.5.2	Statistik Deskriptif.....	59
3.5.3	Uji Hipotesis	60
3.5.4	Uji Mediasi	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		62
4.1	Gambaran Umum Penelitian	62

4.2	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	63
4.3	Hasil Penelitian.....	64
4.3.1	Statistik Deskriptif.....	64
4.3.2	Hasil Pengujian Hipotesis	73
4.4	Pembahasan	87
4.4.1	Pengaruh <i>Self-Esteem</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	88
4.4.2	Pengaruh <i>Neurocitism</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	89
4.4.3	Pengaruh <i>Agreeableness</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	90
4.4.4	Pengaruh <i>Extraversion</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	91
4.4.5	Pengaruh <i>Self-Esteem</i> terhadap <i>Perceive Environment</i>	92
4.4.6	Pengaruh <i>Neurocitism</i> terhadap <i>Perceive Environment</i>	93
4.4.7	Pengaruh <i>Agreeableness</i> terhadap <i>Perceive Environment</i>	94
4.4.8	Pengaruh <i>Extraversion</i> terhadap <i>Perceive Environment</i>	94
4.4.9	Pengaruh <i>Perceived Environment</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	95
4.4.10	<i>Perceived Environment</i> Dapat Memediasi Pengaruh <i>Self-Esteem</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	96
4.4.11	<i>Perceived Environment</i> Dapat Memediasi Pengaruh <i>Neurocitism</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	97
4.4.12	<i>Perceived Environment</i> Dapat Memediasi Pengaruh <i>Agreeableness</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	97
4.4.13	<i>Perceived Environment</i> Dapat Memediasi Pengaruh <i>Extraversion</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	98

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	99
4.1 Simpulan.....	99
4.2 Keterbatasan Penelitian	101
4.3 Saran Penelitian	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN 1	108
LAMPIRAN 2	121
LAMPIRAN 3	129

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Statistik Penjualan Mobil Listrik di Indonesia	3
Gambar 1. 2 Penjualan Mobil Listrik Berdasarkan Merek di Tahun 2024	4
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	43
Gambar 3. 1 Inner Model	82

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya	28
Tabel 3. 1 Karakteristik Sampel.....	47
Tabel 3. 2 Definisi Operasional.....	48
Tabel 3. 3 Draft Pertanyaan.....	51
Tabel 4. 1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	64
Tabel 4. 2 Three Box Method	66
Tabel 4. 3 Deskripsi Variabel Self-Esteem	66
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel Neurocitism	67
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Agreeableness.....	68
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Extraversion	69
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Purchase Intention.....	71
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Perceived Environment	72
Tabel 4. 9 Uji Normalitas	73
Tabel 4. 10 Validitas Konvergen.....	75
Tabel 4. 11 Uji Average Variance Extracted (AVE)	77
Tabel 4. 12 Uji Discriminant Validity.....	78
Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas	79
Tabel 4. 14 Goodness of Fit	80
Tabel 4. 15 Nilai Coefficient Determination.....	82
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Hipotesis	83

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1.....	111
LAMPIRAN 2.....	124
LAMPIRAN 3.....	132

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *self-esteem* dan *personal traits* (*neurocitism*, *agreeableness*, dan *extraversion*) terhadap *purchase intention* dengan *perceived environment* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 231 responden yang tersebar di Jawa Timur dan diolah dengan menggunakan WarpPLS 7. Hasil penelitian menunjukkan *self-esteem*, *agreeableness*, dan *extraversion* berpengaruh positif terhadap *purchase intention*, sedangkan variabel *neurocitism* tidak berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*. Penelitian ini juga menemukan terdapat pengaruh signifikan pada variabel *self-esteem*, *neurocitism*, dan *agreeableness* terhadap *perceived environment* sedangkan variabel *extraversion* tidak berpengaruh signifikan terhadap *perceived environment*. Penelitian ini juga menemukan bahwa *perceived environment* merupakan variabel mediasi parsial yang dapat memediasi pengaruh variabel tersebut terhadap *purchase intention*.

Kata Kunci : *Self-Esteem*, *Personal Traits*, *Perceived Environment*, dan *Purchase Intention*