

SKRIPSI

PENGARUH *OPENNESS TO EXPERIENCE*, *CONSCIENTIOUSNESS*, *EXTRAVERSION*, *AGREEABLENESS*, DAN *NEUROTICISM* TERHADAP KINERJA PEDAGANG PADA UMKM BATIK PASAR BERINGHARJO YOGYAKARTA DI MASA PANDEMI *COVID-19*

RETNO WULANDARI

NIM. 141170303

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

retnowulandarig@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *openness to experience*, *conscientiousness*, *extraversion*, *agreeableness*, dan *neuroticism* terhadap kinerja pedagang pada UMKM batik Pasar Beringharjo Yogyakarta di masa pandemi *covid-19*. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel dari penelitian ini adalah pedagang di lapak batik yang masih berdagang di masa pandemi ini sebanyak 44 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik sensus. Data dikumpulkan dengan angket kuisisioner. Analisis data dilakukan dengan *Partial Least Square (PLS)*.

Hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa *openness to experience*, *conscientiousness*, *extraversion* dan *agreeableness* berpengaruh positif dan signifikan sedangkan *neuroticism* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja pedagang.

Kata kunci: *Openness to experience*, *Conscientiousness*, *Extraversion*, *Agreeableness*, *Neuroticism*, Kinerja Pedagang.