

ABSTRAK

Etika bisnis dan kepribadian merupakan dua hal yang penting bagi sebuah organisasi bisnis. Hal ini penting terkait dengan kondisi atau lingkungan kerja seorang *personal selling* yang kadang melakukan tindakan yang melanggar berbagai dimensi moral dan etika. Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji perbedaan persepsi antara *personal selling* dengan calon *personal selling* (mahasiswa) serta untuk membandingkan persepsi mereka berdasarkan perbedaan aspek demografi. Sejumlah hipotesis diajukan untuk dibuktikan secara empiris pada penelitian ini. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan *Mann-Whitney U Test* untuk menguji signifikansi hipotesis komparatif perbedaan independent. Test ini merupakan test yang terbaik untuk hipotesis komparatif dua sample independen yang berbentuk ordinal. Sampel yang diambil terdiri dari 100 *personal selling* dan 100 calon *personal selling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa laki-laki dan perempuan berbeda setidaknya meliputi empat dimensi mengenai etika, yaitu: pengembangan moral, sistem nilai etika, sensitivitas untuk isu-isu etis, dan perilaku etis. Studi ini juga menghasilkan sebuah temuan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara persepsi mahasiswa Bisnis dengan mereka yang sudah berprofesi sebagai *personal selling* atas etika *personal selling* dan kepribadiannya.

Kata kunci: *Personal selling*, Etika bisnis, Kepribadian.