

Barnum Effect pada Kepribadian Lima Faktor ***Barnum Effect on Personality: Eksperimental Study***

**¹ANDI TENRI FARADIBA, NI MADE RAI KISTYANTI, FAHIRA MAULIDINA, RISKA
INDRIANI**

Fakultas Psikologi, Universitas Pancasila
Email: ¹atenri.frd@gmail.com

Diterima 1 Agustus 2021, Disetujui 11 Agustus 2021

Abstrak: *Barnum Effect* merupakan kecenderungan individu menerima umpan balik kepribadian sebagai sesuatu yang benar tanpa memperdulikan validitasnya. Dalam hal ini, kepribadian diartikan sebagai pola yang relatif menetap yang dimiliki individu dan digunakan untuk beradaptasi dengan lingkungannya. Pendekatan faktor digunakan dalam mendefinisikan kepribadian yang terdiri dari lima faktor kepribadian, yaitu *openness to experience*, *conscientiousness*, *extraversion*, *agreeableness*, dan *neuroticism*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat *Barnum Effect* pada kepribadian di populasi remaja. Desain penelitian yang digunakan adalah eksperimen. Terdapat 138 mahasiswa yang diberikan manipulasi berupa tes kepribadian palsu dan diberikan pertanyaan mengenai keakuratan hasil tes kepribadiannya. Tes kepribadian palsu dibuat oleh peneliti berisi pertanyaan dan pilihan gambar yang dianggap mewakili kepribadian partisipan. Lebih lanjut, untuk mengukur kepribadian digunakan alat ukur NEO-FFI. Data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ada perbedaan skor kepribadian pada faktor *neuroticism*, *openness to experience*, dan *agreeableness* ketika sebelum diberikan umpan balik kepribadian dan setelah diberikan umpan balik. Artinya, ada *Barnum Effect* yang ditemukan pada remaja dan umpan balik kepribadian memiliki efek terhadap bagaimana remaja mempersepsikan kepribadiannya.

Kata kunci: *barnum effect*, tes kepribadian, eksperimen

Abstract: *The Barnum Effect is the tendency of individuals to accept personality feedback as true information, regardless of its validity. In this case, personality is defined as a relatively settled pattern that individuals have and use to adapt to their environment. The factor approach is used in defining personality which consists of five personality factors, namely openness to experience, conscientiousness, extraversion, agreeableness, and neuroticism. This study aims to test whether there is a Barnum Effect on personality in the adolescent population. The research design used is experimental and the type of research is one group pre-posttest. There were 138 students who were given manipulation in the form of a fake personality test and asked questions about the accuracy of their personality test results. The data in this study indicate that there are differences in personality scores on the factors of neuroticism, openness to experience, and agreeableness before being given personality feedback and after being given feedback. That is, there is a Barnum Effect found in adolescents and personality feedback has an effect on how adolescents perceive their personality.*

Keywords: *barnum effect, psychological test, experimental study*

PENDAHULUAN

Kalimat terbaik yang disenangi oleh setiap orang adalah penjelasan tentang dirinya sendiri. Penjelasan tentang diri terutama

tentang kepribadian dapat diperoleh dari membaca ramalan bintang atau zodiak dan mengikuti tes kepribadian yang banyak ditemukan di media sosial. Deskripsi

kepribadian dari ramalan bintang atau dari hasil tes kepribadian seringkali dianggap benar walaupun tes yang diberikan belum tentu valid. Dalam psikologi, peristiwa ini disebut dengan *Barnum Effect* (Poskus & Zukauskienes, 2014).

Barnum Effect ditemukan pertama kali oleh Bertram Forer pada tahun 1949 sehingga seringkali disebut sebagai *Forer Effect*. Forer berpendapat bahwa bagaimana individu menerima hasil deskripsi kepribadian tidak dapat menjadi bukti sebuah instrumen valid karena individu memiliki kecenderungan melakukan "*fallacy of personal validation*" yang artinya menerima umpan balik yang samar, umum, palsu, dan berlaku umum pada populasi (Furnham & Schofield, 1987). Lebih lanjut, hal ini menjadi alasan mengapa sebagian individu percaya dan yakin dengan hasil deskripsi kepribadian dari zodiak, horoskop, dan berbagai prosedur penilaian kepribadian yang samar samar ilmiahnya seperti grafologi dan kartu tarot (Tyson, 1982).

Meehl (1956) menyatakan bahwa *Barnum Effect* merupakan kecenderungan individu menerima hasil kepribadian yang terdiri dari pernyataan-pernyataan yang tidak jelas dan seringkali memiliki kesesuaian yang tinggi untuk populasi umum. Artinya, deskripsi yang diberikan seringkali dianggap sesuai oleh individu yang membaca hasilnya karena prinsip kerja dari deskripsi tersebut adalah dibuat umum sehingga hasilnya dapat dirasa akurat oleh kebanyakan orang. Riset berikutnya dilakukan oleh sekelompok peneliti yang hasilnya mendukung dan melengkapi temuan sebelumnya (Snyder, Shenkel, & Lowery, 1977). Hasil penelitian tersebut

menyatakan bahwa penerimaan dan persetujuan individu terhadap hasil atau deskripsi kepribadian diberikan secara sukarela dan diyakini kebenarannya karena dianggap bahwa hasilnya diperoleh dari serangkaian penilaian dari tes kepribadian yang diikuti,

Semua penjelasan atau deskripsi yang diperoleh individu baik dari hasil membaca zodiak atau horoskop maupun hasil tes kepribadian disebut sebagai umpan balik. Penelitian mengenai bagaimana individu menerima umpan balik ini menjadi penting karena setiap tahunnya ada 1,5 juta orang yang melakukan tes kepribadian (Febriansyah, 2019). Namun, belum dilakukan penelitian lagi bagaimana penerimaan mereka terhadap umpan balik kepribadian yang diperoleh. Lebih lanjut, belum ada publikasi yang menginvestigasi bagaimana *Barnum Effect* dari sudut pandang kepribadian lima faktor walaupun pendekatan kepribadian terkini menggunakan lima faktor kepribadian.

Kepribadian merupakan pola relatif menetap yang dimiliki individu yang membuatnya unik dan mampu beradaptasi dengan lingkungan sekitarnya (McCrae & Costa, 2008). Kepribadian individu dapat dilihat dari konsistensi respon terhadap stimulus dalam kehidupan sehari-hari dan diukur dengan menggunakan beragam pernyataan yang sudah diuji validitas dan reliabilitas. Faktanya adalah tidak semua tes kepribadian atau hasil deskripsi kepribadian diperoleh dari tes yang valid. Valid artinya dapat dipertanggungjawabkan hasilnya secara keilmuan dan benar-benar mencerminkan

kepribadian.

Ada berbagai jenis pendekatan dalam kepribadian dan penelitian ini menggunakan pendekatan lima faktor yang dicetuskan oleh Goldberg lalu dikembangkan oleh McCrae dan Costa (1985). Berdasarkan pendekatan ini, kepribadian terdiri dari lima faktor, yaitu *openness to experience* (keterbukaan individu terhadap hal-hal yang baru), *conscientiousness* (kemampuan individu untuk mengendalikan kontrol *impulse* untuk terlibat dalam perilaku yang sudah direncanakan), *extraversion* (mencerminkan kecenderungan seseorang mencari interaksi dengan lingkungan sekitarnya, terutama yang bersifat sosial), *agreeableness* (mengacu terhadap bagaimana individu cenderung memperlakukan hubungan dengan orang lain), dan *neuroticism* (menggambarkan stabilitas individu melalui caranya dalam memandang dunia). *Neuroticism* akan menggambarkan seberapa besar kecenderungan individu melihat situasi berbahaya atau mengancam.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada *Barnum Effect* pada kepribadian dengan menggunakan pendekatan lima faktor. Desain penelitian eksperimen digunakan untuk melihat pengaruh umpan balik kepribadian terhadap kepribadian partisipan yang diukur sebelum dan sesudah diberikan manipulasi berupa tes kepribadian dan hasil tes kepribadian palsu.

METODE

Partisipan penelitian. Partisipan dalam penelitian ini adalah mahasiswa dengan rentang usia 18-22 tahun yang merupakan

seluruh peserta mata kuliah Metodologi Penelitian 1 dan mahasiswa non-Fakultas Psikologi Universitas Pancasila yang berminat untuk mengikuti penelitian ini. Adapun total partisipan dalam penelitian ini adalah sejumlah 138 orang.

Desain penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksperimental. Tipe penelitian eksperimental adalah menggunakan desain satu kelompok dengan jenis *one-group pretest-posttest design*, yaitu menggunakan satu kelompok penelitian yang mendapatkan tes sebelum manipulasi dan tes setelah manipulasi.

Instrumen Penelitian. Adapun variabel penelitian adalah kepribadian yang diukur dengan menggunakan 60 item pernyataan dari alat ukur NEO-FFI. Costa dan McCrae (1992) mengembangkan *NEO-Five Factor Inventory* yang terdiri dari 60 item keseluruhan, 12 item mewakili setiap faktor.

Kontrol yang dilakukan dalam penelitian ini adalah konstansi kondisi. Konstansi dilakukan untuk menghilangkan pengaruh variabel sekunder terhadap variabel yang terlibat dalam penelitian ini, yaitu kepribadian. Konstansi kondisi dilakukan dengan cara menyamakan waktu pengambilan data para partisipan dan interaksi yang dihadirkan antara peneliti dan partisipan.

Selanjutnya, untuk menguji apakah terdapat efek Barnum, peneliti menyusun suatu instrumen tes kepribadian yang dapat diakses *online*. Tes ini berisi pertanyaan-pertanyaan yang dapat dipilih jawabannya sesuai dengan kepribadian partisipan. Setiap partisipan akan

mendapatkan hasil tes berupa deskripsi tentang kepribadian yang sifatnya umum dan sama antar semua partisipan. Dalam hal ini, tes kepribadian tersebut dianggap sebagai sebuah *placebo*.

Prosedur penelitian. Hal pertama yang dilakukan oleh peneliti adalah mengadaptasi 60 item pertanyaan yang ada di alat ukur NEO-FFI. Alat ukur ini terlebih dahulu diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia, lalu dilakukan uji kualitatif. Setelah itu dilakukan penyebaran data untuk kemudian dilakukan uji kuantitatif dengan menggunakan analisis Rasch Model. Berikutnya, tim peneliti membuat satu tes kepribadian yang dibuat secara *online* dan deskripsi kepribadian yang sifatnya umum. Tes kepribadian palsu yang dibuat berisi pilihan gambar seperti gambar rumah, warna, dan lukisan dan instruksi yang diberikan adalah partisipan diminta memilih salah satu gambar yang mewakili kepribadiannya. Selanjutnya, hasil tes kepribadian disusun oleh peneliti dan berlaku untuk semua partisipan. Hasil tes tersebut berupa penjelasan atau deksripsi kepribadian yang dibagi atas lima faktor kepribadian. Penjelasan ini diperoleh oleh semua partisipan dan isi penjelasannya sama untuk semua partisipan.

Partisipan yang merupakan peserta mata kuliah Metodologi Penelitian 1 ditanyakan kesediannya untuk mengikuti partisipan dengan diberikan apresiasi berupa tambahan poin dalam penilaian.

Mahasiswa diminta untuk hadir dalam ruangan Zoom dan diberikan instruksi mengenai bagaimana cara pengisian kuesioner.

Kuesioner pertama yang diberikan adalah NEO-FFI yang berisi pernyataan tentang kepribadian.

Setelah selesai mengisi, partisipan akan melihat umpan balik tes kepribadian atau hasil tes yang telah disusun oleh peneliti. Partisipan diberikan waktu untuk membaca hasil tersebut. Setelah itu, partisipan diberikan pertanyaan untuk mengecek apakah benar-benar hasil tes kepribadian tersebut dibaca dan apakah partisipan mengisi kuesioner secara benar-benar.

Peneliti mengajak partisipan berdiskusi dan menanyakan kesesuaian hasil tes kepribadian dengan persepsi yang mereka miliki terhadap dirinya. Berikutnya, partisipan mengisi kembali kuesioner kepribadian yang sama. Setelah itu, partisipan diberikan penjelasan tentang hasil tes kepribadian yang diberikan adalah palsu.

Berikutnya, partisipan yang bukan mahasiswa Metodologi Penelitian 1 dikumpulkan melalui iklan yang disebar melalui media sosial dan diberikan janji mendapatkan imbalan berupa uang elektronik. Ada 54 partisipan yang bersedia dan kemudian dilakukan prosedur yang sama dengan sebelumnya.

Pengujian hipotesis penelitian menggunakan *paired sample t-test*. *Paired sample t-test* merupakan teknik analisis yang dinilai cocok untuk desain penelitian kuasi eksperimen *one-group pretest-posttest*.

HASIL

Partisipan dalam penelitian ini adalah 138 orang dengan rentang usia 18-22 tahun.

Tabel 1. Data Demografi Partisipan

	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	25	18,1%
Perempuan	113	81,9%
Usia		
18 Tahun	11	8,0%
19 Tahun	25	18,1%
20 Tahun	51	37,0%
21 Tahun	45	32,6%
22 Tahun	6	4,3%
Domisili (Provinsi)		
DKI Jakarta	31	22,5%
Jawa Barat	72	52,2%
Banten	11	8,0%
Jawa Tengah	4	2,9%
Jawa Timur	11	8,0%
DI Yogyakarta	3	2,2%
Kepulauan Riau	3	2,2%
Riau	1	0,7%
Lampung	2	1,4%

Berdasarkan Tabel 1 di atas mengenai data demografis, dapat dilihat bahwa sebagian

besar partisipan dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan (81,9%), berusia 20 tahun (37,0%), dan paling banyak berdomisili atau tinggal di provinsi Jawa Barat (52,2%).

Tabel 2. Uji Normalitas

	Statistic	df	Sig
Kolmogorov-Smirnov	0,054	138	0,200

Selanjutnya, pada Tabel 2 di atas, dapat dilihat uji normalitas sebagai persyaratan uji asumsi klasik. Melalui hasil uji normalitas, data yang didapatkan terbukti normal dengan hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,200 ($p > 0,05$). Hasil uji hipotesis dengan taraf signifikansi $p > 0,050$ dapat dilihat dalam Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Uji Hipotesis

	Paired Samples Statistics		Paired Samples Test			Cohen's D
	Mean	SD	t	df	Sig.	
Neuroticism			2,138	137	0,034	0,002
Pretest	36,268	5,611				
Posttest	35,862	5,775				
Extraversion			-0,929	137	0,354	-0,001
Pretest	32,841	5,531				
Posttest	33,036	4,855				
Openness to experience			2,966	136	0,004	0,003
Pretest	34,394	3,902				
Posttest	33,927	4,109				
Agreeableness			5,459	137	0,000	0,005
Pretest A	34,913	3,281				
Posttest A	34,0435	3,34374				
Conscientiousness			-0,484	137	0,629	-0,000
Pretest C	32,4348	3,89639				
Posttest C	32,5145	3,87814				

Pada Tabel 3 di atas, dapat dilihat hasil teknik analisis *paired sample t-test* yang dilakukan untuk menguji hipotesis. Hasil menunjukkan bahwa tidak semua hubungan memiliki perbedaan. Kepribadian *extraversion* dan *conscientiousness* tidak memiliki perbedaan nilai *pretest* dan *posttest*. Di sisi lain, kepribadian *neuroticism*, *openness to experience*, dan *agreeableness* memiliki perbedaan yang signifikan. Individu yang memiliki kepribadian *neuroticism* $t(137)=2,138$, $p<0,050$ menunjukkan bahwa nilai *pretest* lebih besar dibandingkan *posttest*. Hasil yang sama juga ditemukan pada kepribadian *openness to experience* $t(136)=2,966$, $p<0,050$ dan *agreeableness* $t(137)=5,459$, $p<0,050$. Lebih lanjut, untuk

melihat seberapa besar dan seberapa bermakna pengaruh perbedaan tersebut, dapat dilihat pada *effect size* dari Cohen's D. *Effect size* didapat dari membagi perbedaan rata-rata dengan standar deviasinya. Dari Tabel 3 dapat dilihat bahwa semua pengaruh termasuk kedalam efek yang kecil ($d<0,02$) sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil uji beda secara statistik signifikan, tetapi kurang memiliki signifikansi secara praktis.

Selanjutnya, dua uji tambahan dilakukan untuk melihat gambaran dari pertanyaan "Seberapa akurat hasil evaluasi tes kepribadian ini pada diri Anda?". Dapat dilihat pada Tabel 4 bahwa setengah dari partisipan penelitian (58.7%) menganggap bahwa hasil tes kepribadian yang dimiliki akurat.

Tabel 4. Deskripsi Evaluasi Partisipan

	Frekuensi	Persentase
Sangat Tidak Akurat	1	0,7%
Cukup Akurat	37	26,8%
Akurat	81	58,7%
Sangat Akurat	19	13,8%
Total	138	100%

Uji tambahan yang kedua adalah melihat perbandingan evaluasi tersebut dengan jenis kelamin. Hasil uji beda ini dapat dilihat pada Tabel 5 berikut.

Tabel 5. Uji Beda Evaluasi Berdasarkan

	Jenis Kelamin				
	Mean	SD	t	df	Sig.
Laki-laki	4,00	0,71	1,25	136	0,21
Perempuan	3,81	0,66			

Hasil menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan tentang akurasi hasil

tes kepribadian antara laki-laki dan perempuan. Artinya, kecenderungan individu meyakini dan mempersepsi hasil tes kepribadian sebagai sesuatu yang sesuai dengan kepribadiannya berlaku untuk semua individu baik laki-laki maupun perempuan.

SIMPULAN

Data dalam penelitian ini menunjukkan ada perbedaan kepribadian signifikan pada faktor kepribadian *neuroticism*, *openness to experience*, dan *agreeableness*. Artinya, ada *Barnum Effect* pada tipe kepribadian

neuroticism, *openness to experience*, dan *agreeableness*.

DISKUSI

Penelitian ini bertujuan mengetahui kehadiran *Barnum Effect* pada kepribadian. Hasilnya adalah data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tiga dari lima faktor kepribadian memiliki perbedaan skor yang signifikan sebelum dan setelah partisipan mendapatkan manipulasi, yaitu *neuroticism*, *openness to experience*, dan *agreeableness*. Hal ini menunjukkan bahwa ada *Barnum Effect* yang terjadi manipulasi yang diberikan adalah hasil atau deskripsi kepribadian setelah menjalani tes kepribadian palsu. Perbedaan yang signifikan ini menunjukkan bahwa partisipan cenderung percaya dengan deskripsi yang diberikan tanpa memperdulikan validitasnya, dan artinya terjadi *Barnum Effect*.

Umpan balik hasil tes kepribadian berupa deskripsi memberikan pengaruh kepada bagaimana partisipan mempersepsi kepribadiannya. Perbedaan yang signifikan terhadap skor sebelum dan setelah manipulasi yang diberikan menunjukkan bahwa hasil umpan balik kepribadian memberikan efek kepada partisipan untuk mengubah pola pikir dan persepsinya terhadap kepribadian yang dimiliki. Walaupun demikian, efek perubahan tersebut termasuk ke dalam kategori yang kecil. Lebih lanjut, hal yang perlu diperhatikan adalah partisipan dalam penelitian ini merupakan remaja akhir yang sedang membentuk pola kepribadian sehingga peluang terjadinya perubahan kepribadian juga lebih besar.

Ada tiga faktor yang ditemukan memiliki perbedaan yang signifikan, yaitu

openness to experience, *agreeableness*, dan *neuroticism*. Faktor kepribadian *openness to experience* merupakan ciri kepribadian yang dimiliki oleh individu yang terbuka pada pengalaman baru, memiliki daya imajinasi yang tinggi, terbuka pada diskusi-diskusi filosofis, memiliki keinginan untuk menerima nilai-nilai dari lingkungannya. Faktor kepribadian *agreeableness* merupakan ciri kepribadian yang dimiliki oleh individu yang patuh, rendah hati, memiliki keinginan menolong, dan mementingkan orang lain. Di sisi lain, faktor *neuroticism* merupakan ciri kepribadian yang menunjukkan kerentanan individu terhadap stress, emosi negatif, cemas, gelisah, dan merasa inferior. Ketiga faktor ini masih belum terbentuk sempurna dan lebih abstrak impelementasinya dibandingkan dua faktor lain. Faktor *extraversion* menunjukkan seberapa mampu remaja menjalin pertemanan, sedangkan faktor *conscientiousness* berkaitan dengan pola belajar dan pola disiplin remaja dalam kehidupan sehari-hari. Hal inilah yang berpotensi menyebabkan remaja pada tiga faktor kepribadian tersebut cenderung mudah berubah persepsi kepribadiannya. Walaupun penelitian yang dilakukan pada remaja di Belanda menunjukkan bahwa seharusnya remaja akhir sudah lebih stabil dan konsisten kepribadiannya (Borghuis dkk., 2017).

Adapun faktor yang dapat menyebabkan individu mengalami *Barnum Effect* adalah jenis umpan balik yang diberikan dan *locus of control* (Cuperman, Robinson, & Ickes, 2004). Penelitian ini hanya berfokus pada satu hal mengenai umpan balik yang diberikan. Hasil tes kepribadian palsu yang

dibuat berisi deskripsi atau uraian hal-hal positif dari diri partisipan yang berlaku secara umum. Hal ini yang membuat sebagian besar partisipan merasa bahwa akurasi hasil tes kepribadian yang telah dijalani tinggi.

Hasil analisis tambahan menunjukkan bahwa tidak ditemukan perbedaan dalam penerimaan umpan balik kepribadian berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini. Hal ini sejalan dengan pernyataan yang disampaikan oleh Forer (1949) bahwa laki-laki dan perempuan memiliki peluang yang sama mengalami *Barnum Effect* dalam kesehariannya. Tidak ditemukannya perbedaan menunjukkan bahwa baik laki-laki maupun perempuan cenderung meyakini deskripsi kepribadian yang diperoleh yang berisi pernyataan-pernyataan yang sifatnya umum. Ada kecenderungan individu menyenangi umpan balik kepribadian yang diberikan tanpa menghiraukan bagaimana umpan balik tersebut diperoleh.

SARAN

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap penjelasan *Barnum Effect* yang terdapat pada kepribadian khususnya kepribadian yang menggunakan pendekatan lima faktor. Walaupun demikian, pengambilan data secara daring memberikan keterbatasan peneliti untuk melakukan kontrol. Konsistensi instrumen, konsistensi situasi, dan pemberi instruksi merupakan tiga hal yang dapat diupayakan guna menjaga validitas internal dalam penelitian ini. Lebih lanjut, penelitian berikutnya dapat mengulang penelitian ini dengan kontrol yang lebih ketat. Selain itu, keterbatasan dalam penelitian ini adalah

menemukan literatur terkini terkait *Barnum Effect* sehingga diharapkan penelitian ini menjadi pemantik untuk menelusuri lebih dalam mengenai peran umpan balik kepribadian dari hasil tes kepribadian terhadap individu.

DAFTAR PUSTAKA

- Borghuis, J., Denissen, J. J. A., Oberski, D., Sijtsma, K., Meeus, W. H. J., Branje, S., Koot, H. M., & Bleidorn, W. (2017). Big Five personality stability, change, and codevelopment across adolescence and early adulthood. *Journal of Personality and Social Psychology, 113*(4), 641-657. doi:10.1037/pspp0000138
- Febriansyah. (2019, 13 Desember). Daftar website tes kepribadian dan tipe-tipenya. *Tirto.id*
- Cuperman, R., Robinson, R. L., & Ickes, W. (2014). On the malleability of self-image in individuals with a weak sense of self. *Self and Identity, 13*(1), 1-23. doi:10.1080/15298868.2012.726764
- Forer, B. R. (1949). The fallacy of personal validation: A classroom demonstration of gullibility. *Journal of Abnormal and Social Psychology, 44*(1), 118-123. <https://doi.org/10.1037/h005924>
- Furnham, A., & Schofield, S. (1987). Accepting personality test feedback: A review of the Barnum effect. *Current Psychological Research & Reviews, 6*(2), 162-178. doi:10.1007/BF02686623.
- McCrae, R. R., & Costa, P. T. (2008). The Five-Factor Theory of Personality. Dalam O.

- P. John, R. W. Robins, & L. A. Pervins, *Handbook of Personality : Theory and Research* (hal. 159-181). New York: Guilford Press.
- Meehl, P. E. (1956). Wanted—a good cook-book. *American Psychologist*, *11*(6), 263-272. doi:10.1037/h0044164
- Poškus, M. S., & Žukauskienė, R. (2014). Jūsų NEO išvada“ pageidaujamo bei apibendrintumo suvokimas: rekomendacijos Barnumo efekto tyrimams [Perception of favorability and generalness of the “Your NEO Summary”: recommendations for Barnum effect studies]. In D. Petkevičiūtė-Barysienė, L. Jovarauskaitė, & P. Želvienė (Eds.), *Psichologiniai tyrimai. Reikšmė visuomenei – iššūkis tyrėjui* (pp. 23–24). Vilniaus universiteto leidykla. Retrieved from <http://www.jmpk.fsf.vu.lt/wp-content/uploads/2014/04/JMPK-2014-santrauku-leidinys.pdf>
- Snyder, C. R., Shenkel, R. J., Lowery, C. R. (1977). Acceptance of personality interpretations: The "Barnum effect" and beyond. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, *45*(1), 104-114. doi:10.1037/0022-006X.45.1.104
- Tyson, G. A. (1982). People who consult astrologers: A profile. *Personality and Individual Differences*, *3*(2), 119-126. doi.org/10.1016/0191-8869(82)90026-5