

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui derajat Adversity Quotient pada distributor level director perusahaan MLM “X” di kota Bandung dilihat dari dimensinya, yaitu control, ownership, reach, dan endurance. Penelitian ini dilakukan pada 21 orang distributor level director.

Alat ukur yang digunakan adalah alat ukur yang merupakan modifikasi peneliti dari ‘Adversity Response Profile’ yang dibuat oleh Paul G. Stoltz (2002). Uji validitas dilakukan dengan uji statistic rank spearman hasilnya berkisar antara 0,368 sampai dengan 0,815 dan uji reliabilitas dengan rumus koefisien alpha cronbach sebesar 0,925.

Berdasarkan pengolahan data Adversity Quotient distributor level director perusahaan MLM “X” adalah, 42,9% memiliki Adversity Quotient sedang, 33,3% memiliki Adversity Quotient rendah dan sebanyak 23,8% memiliki adversity quotient yang tinggi.

Berdasarkan kesimpulan maka peneliti menyarankan kepada perusahaan MLM “X” untuk memberikan pelatihan tentang Adversity quotient kepada distributor yang memiliki AQ sedang dan AQ rendah agar bisa meningkat menjadi AQ tinggi, sehingga mampu meningkatkan kinerja dalam menjalankan bisnis MLM.

Abstract

The purpose of this research is to know Adversity Quotient degree on distributor with director level in MLM “X” company at Bandung which is seen from its dimensional, such as control, ownership, reach and endurance. This research is done on 21 distributors with director level.

The measure device the researcher used is a measure device which is the researcher modifies from ‘Adversity Response Profile’ that’s made by Paul G. Stoltz (2002). Validity test is done by rank spearman statistic test range 0,368 to 0,815 and reliability test with alpha cronbach coefficient formula is 0.925.

Based on the data processing, Adversity Quotient on distributor with director level in MLM “X” company is 42.9% distributors have medium Adversity Quotient (AQ), 33.3% distributors have low AQ, and 23.8% distributors have high AQ.

Based on the conclusion, researcher suggests MLM “X” company to give training about Adversity Quotient to its distributors who have medium AQ and low AQ, so they can have higher AQ and perform better on doing MLM business.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR SKEMA.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	14
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	14
1.3.1 Maksud Penelitian.....	14
1.3.2 Tujuan Penelitian	15
1.4 Kegunaan Penelitian.....	15
1.4.1 Kegunaan Teoritis	15
1.4.2 Kegunaan Praktis	15
1.5 Kerangka Pemikiran.....	16
1.6 Asumsi Penelitian.....	24

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	25
2.1 <i>Adversity Quotient</i>	25
2.1.1 Pengertian <i>Adversity Quotient</i>	25
2.1.2 Ilmu Pengetahuan Pembentuk AQ.....	27
2.1.3 Dimensi <i>Adversity Quotient</i>	29
2.1.4 Kategori <i>Adversity Quotient</i>	32
2.1.5 Faktor yang Mempengaruhi AQ untuk mencapai kesuksesan.....	34
2.1.6 Cara Meningkatkan CORE IQ.....	35
2.2 Teori Perkembangan.....	38
2.3 Pengertian Multilevel Marketing.....	41
2.3.1 Istilah Dalam MLM.....	41
2.3.2 Multilevel Marketing dan Para Pelaku Bisnis.....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Rancangan dan Prosedur Penelitian	43
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	44
3.2.1 Definisi Konseptual.....	44
3.2.2 Definisi Operasional	44
3.3 Alat Ukur.....	45
3.3.1 Kisi-Kisi Alat Ukur <i>Adversity Qoutient</i>	45

3.3.2 Sistem Penilaian.....	48
3.3.3 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	50
3.3.3.1 Validitas Alat Ukur.....	50
3.3.3.2 Reliabilitas Alat Ukur.....	51
3.3.4 Data Pribadi dan Data Penunjang	52
3.4 Populasi dan Teknik Penarikan Sampel	52
3.4.1 Populasi Sasaran.....	52
3.4.2 Teknik Penarikan Sampel	52
3.5 Teknik Analisis Data.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Gambaran Responden	54
4.2 Tabel Responden.....	55
4.3 Distribusi <i>Adversity Qoutient</i>	56
4.4 AQ dan Dimensi-dimensinya.....	57
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	72
5.2.1 Saran Teoritis.....	72
5.2.2 Saran Praktis.....	72

DAFTAR PUSTAKA	73
DAFTAR RUJUKAN	74
LAMPIRAN	

DAFTAR SKEMA

Skema 1.1 Kerangka Pemikiran.....	23
Skema 3.1 Skema Rancangan Penelitian	43

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kisi-kisi Alat Ukur <i>Adversity Qoutient</i>	46
Tabel 3.2 Tabel Kategori AQ.....	50
Tabel 4.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.2 Gambaran Responden Berdasarkan Lama Bergabung.....	55
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi AQ.....	56
Tabel 4.4 Tabel AQ dengan dimensi-dimensinya.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Persetujuan

Lampiran 2 : Kuesioner *Adversity Qoutient*

Lampiran 3 : Profil Perusahaan

Lampiran 4 : Hasil Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5 : Hasil Tabulasi Silang dengan Data Penunjang

Lampiran 6 : Data Mentah

Lampiran 7 : Biodata Peneliti