

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran intention dan determinan-determinannya dalam melakukan usaha prospecting pada distributor MLM Jaringan “X” Bandung ditinjau dari teori planned behavior Icek Ajzen .

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan teknik survei. Variabel penelitian ini adalah intention dan determinan-determinannya. Pengambilan data pada penelitian ini dilakukan secara acak pada distributor Jaringan “X” Bandung. Jumlah responden sebanyak 213 distributor.

Alat ukur yang digunakan adalah kuesioner intention dan determinan-determinannya yang disusun oleh Icek Ajzen (2005) dan diadaptasi oleh peneliti yang mengacu pada teori planned behavior sebanyak 16 item. Berdasarkan hasil uji validitas dengan menggunakan korelasi Pearson dan uji reliabilitas dengan menggunakan rumus koefisien reliabilitas Alpha Cronbach diperoleh 16 item yang diterima, dengan validitas berkisar antara 0,398–0,813 dan reliabilitas sebesar 0,776. Hasil pembahasan menggunakan teknik multiple regression dan teknik korelasi Pearson.

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh 54,9% distributor MLM Jaringan “X” Bandung memiliki intention yang lemah dalam melakukan usaha prospecting. Dari hasil penelitian juga diketahui determinan yang memberikan pengaruh paling besar terhadap intention melakukan usaha prospecting pada distributor Jaringan “X” Bandung adalah perceived behavioral control sebesar 0,394. Determinan yang memberikan pengaruh paling kecil terhadap intention adalah subjective norms sebesar 0,048. Korelasi antar determinan yang paling besar adalah korelasi antara perceived behavioral control dan attitude toward behavior 0,557. Korelasi yang paling kecil adalah antara perceived behavioral control dan subjective norms sebesar 0,083.

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti mengajukan saran untuk dilakukannya penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh dari ketiga belief terhadap determinan intention secara lebih mendalam. Untuk Up-line, membekali para down-line dengan beragam informasi mengenai obat-obatan, maupun system network marketing, serta memberi contoh praktek melakukan prospecting bahkan menemani down-line pada saat ia melakukan prospecting sehingga dapat memiliki perceived behavioral control dan attitude toward the behavior yang positif terhadap usaha prospecting. Selain itu memberikan dukungan dan perhatian terhadap down-line untuk tetap menjaga subjective norms yang positif.

DAFTAR ISI

Lembar Judul.....	i
Lembar Pengesahan.....	ii
Kata Pengantar	iii
Abstrak.....	v
Daftar Isi	vi
Daftar Bagan	x
Daftar Tabel	xi
Bab I. Pendahuluan.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	10
1.3. Maksud dan Tujuan	11
1.4. Kegunaan Penelitian	11
1.4.1. Kegunaan Ilmiah.....	11
1.4.2. Kegunaan Praktis	11
1.5. Kerangka Pemikiran	12
1.6. Asumsi Penelitian	21
Bab II. Tinjauan Pustaka.....	22
2.1. <i>Theory Planned Behavior</i>	22
2.1.1. Pengertian <i>Planned Behavior</i>	22
2.1.2 <i>Intention</i>	23
2.1.3. <i>Attitude toward behavior</i>	24

2.1.4. <i>Subjective Norms</i>	26
2.1.5. <i>Perceived behavioral control</i>	27
2.1.6. Pengaruh Determinan-determinan <i>Intention</i> terhadap <i>Intention</i>	28
2.1.7. Hubungan Antar Determinan-Determinan <i>Intention</i>	29
2.1.8. <i>Background factors</i>	30
2.1.9. Ketidak sesuaian antara <i>Intention</i> dengan Perilaku.....	32
2.1.10. <i>Control Factor</i>	34
2.1.11. <i>Target, Action, Context and Time</i>	35
2.2 <i>Prospecting</i>	35
2.2.1. Definisi <i>Prospecting</i>	35
2.2.2. <i>Prospecting</i> dan Marketing	36
2.2.3. <i>Multi Level Marketing</i>	37
2.3 Masa dewasa Awal	40
2.3.1. Karakteristik Masa Dewasa Awal	40
2.3.2. Perkembangan kognitif masa dewasa awal.....	41
Bab III. Metode Penelitian.....	46
3.1. Rancangan Penelitian.....	46
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	46
3.2.1. Variabel Penelitian.....	46
3.2.2. Definisi Operasional	47
3.3. Alat Ukur.....	48
3.3.1. Alat Ukur <i>Intention</i> dan Determinan-Determinannya	48
3.3.2. Sistem Penilaian	49

3.3.3. Kuesioner Data Pribadi dan Data Penunjang	50
3.3.4. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	50
3.3.4.1. Validitas Alat Ukur.....	50
3.3.4.2. Reliabilitas Alat Ukur	51
3.4. Populasi Sasaran dan Teknik Sampling.....	52
3.4.1. Populasi Sasaran Penelitian.....	52
3.4.2. Karakteristik Populasi.....	52
3.4.3. Teknik Sampling.....	52
3.4.4. Teknik Analisis Data.....	53
Bab IV. Hasil dan Pembahasan.....	54
4.1. Gambaran Umum Subjek Penelitian	54
4.1.1. Gambaran Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.1.2. Gambaran Subjek Berdasarkan Tingkat Pendidikan	
Terakhir.....	55
4.2. Gambaran Hasil Penelitian.....	55
4.2.1. <i>Intention</i> dan Determinan <i>Intention</i>	55
4.2.2. Kontribusi Determinan-Determinan <i>Intention</i> Terhadap	
<i>Intention</i> Dalam Melakukan <i>Prospecting</i> untuk Mencapai	
<i>Passive Income</i> sebesar 40 juta sebulan	60
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian	61
Bab V Kesimpulan Dan Saran	68
5.1. Kesimpulan	68
5.2. Saran	69

Daftar Pustaka	71
Daftar Rujukan	73
Lampiran	75

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.5. Bagan Kerangka Pikir

Bagan 2.1. Bagan.

Bagan 3.1. Bagan Rancangan Penelitian

Bagan 4.1. Bagan *Intention* dan determinan-determinannya

DAFTAR TABEL

- Tabel 3.3.1. Item Alat Ukur
- Tabel 4.1.1. Gambaran Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin
- Tabel 4.1.2. Gambaran Subjek Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir
- Tabel 4.2.1.1. Gambaran Hasil Penelitian *Intention*
- Tabel 4.2.1.2. Gambaran Hasil Penelitian Determinan *Attitude Toward Behavior* dalam *Intention*
- Tabel 4.2.1.3. Gambaran Hasil Penelitian Determinan *Subjective Norms* dalam *Intention*
- Tabel 4.2.1.4. Gambaran Hasil Penelitian Determinan *Perceived Behavioral control* dalam *Intention*
- Tabel 4.2.1.5. Tabulasi silang antara *Intention* dan *Attitude toward the behavior*
- Tabel 4.2.1.6. Tabulasi silang antara *Intention* dan *Subjective norms*
- Tabel 4.2.1.7. Tabulasi silang antara *Intention* dan *Perceived behavioral control*
- Tabel 4.2.2. Kontribusi Determinan-Determinan *Intention* Terhadap *Intention* Dalam Melakukan Usaha *Prospecting* Untuk Mencapai *Passive Income* Sebesar 40 Juta Sebulan
- Tabel 4.2.3. Korelasi antara determinan-determinan dalam *intention*
- Tabel 5.1 *Crosstabs Attitude Toward The Behavior* dengan *Subjective Norms*
- Tabel 5.2 *Crosstabs Attitude Toward The Behavior* dengan *Perceived Behavioral Control*
- Tabel 5.3 *Crosstabs Subjective Norms* dengan *Perceived Behavioral Control*
- Tabel 6.1 *Crosstabulation Intention* dengan Cara Mengatasi Hambatan

- Tabel 7.1 *Crosstabulation Attitude Toward The Behavior* dengan Banyaknya Informasi yang diperoleh
- Tabel 7.2 *Crosstabulation Attitude Toward The Behavior* Dengan Sumber Informasi Untuk Melakukan *Prospecting*
- Tabel 7.3 *Crosstabulation Attitude Toward The Behavior* Dengan Sumber Informasi Lain Selain *Prospecting*
- Tabel 7.4 *Crosstabulation Attitude Toward The Behavior* Dengan Suasana Hati Yang Menghambat
- Tabel 8.1 *Crosstabulation Perceived Behavioral Control* dengan Kesulitan yang Menghambat *Prospecting*
- Tabel 9.1 Kisi-Kisi Alat Ukur *Intention* dan Determinan-Determinannya