

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul studi deskripsi mengenai Adversity Quotient pada pelaku bisnis Network Marketing "X" di kota Bandung. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh gambaran yang lebih rinci mengenai Adversity Quotient pada pelaku bisnis Network Marketing "X" di kota Bandung. Sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian maka rancangan penelitian yang dilaksanakan adalah penelitian deskriptif dengan teknik survei.

Populasi penelitian ini adalah pelaku bisnis Network Marketing "X", Bandung sebanyak 40 orang. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode random purposif berlapis. Alat ukur yang digunakan untuk mengetahui Adversity Quotient adalah alat ukur yang dikonstruksi oleh peneliti yang merupakan modifikasi dari alat ukur 'Adversity Response Profile' yang dibuat oleh Paul G. Stoltz (2000 dan 2002), dengan validitas berkisar antara 0,303 sampai dengan 0,873 dan reliabilitas 0,965 menggunakan program SPSS 11.0 dengan uji statistik rank spearman.

Berdasarkan hasil penelitian ini, disimpulkan bahwa Adversity Quotient pada pelaku bisnis Network Marketing "X" di kota Bandung yaitu sebagai berikut: 17 responden (42.5%) yang memiliki derajat Adversity Quotient sedang, sebanyak 13 responden (32.5%) yang memiliki derajat Adversity Quotient tinggi dan 10 responden (25%) memiliki derajat Adversity Quotient yang rendah. Diketahui juga bahwa faktor yang mempengaruhi Adversity Quotient pelaku bisnis adalah kemauan, kecerdasan, karakter, dan keyakinan. Dan faktor yang tidak mempengaruhi Adversity Quotient adalah pendidikan dan bakat.

Berdasarkan kesimpulan di atas maka, peneliti mengajukan saran untuk diadakannya penelitian lanjutan mengenai: studi deskripsi mengenai faktor-faktor Adversity Quotient yang mempengaruhi derajat Adversity quotient, study perbandingan kinerja pada Adversity Quotient yang memiliki derajat yang sedang dengan kinerja pada Adversity Quotient yang memiliki derajat yang tinggi. Pengaruh Adversity Quotient terhadap kesuksesan dalam bekerja, Studi eksperimen mengenai efektifitas pelatihan Adversity Quotient.

ABSTRACT

The title of this experiment is The Descriptive Study Concerning Adversity Quotient on Network Marketer business "X" in Bandung city. The experiment was conducted to obtain more specific details on Adversity Quotient from the Network Marketer business. Due to the objectives of this experiment, therefore the experiment was conducted using the descriptive method with survey.

The populations taken for this experiment were 40 Network Marketer business and using stratified purposive random sampling. The instrument which is used to measure the Adversity Quotient was constructed by the writer that froms modification 'Adversity Response Profile' by Paul G. Stoltz (2000 dan 2002), with range of validity from 0,303 to 0,873 and reliability of 0,965 using SPSS 11.0 (Spearmen's Rank Statistics Test).

Based on the experiment, comes to conclusions which Adversity Quotient on Network Marketer business "X" in Bandung city that is: 17 responden (42.5%) have average Adversity Quotient rank, 13 responden (32.5%) have high Adversity Quotient rank and 10 responden (25%) have low Adversity Quotient rank. It is known that some influential factors, they are: desire, intelligence, character and belief. And factor not influence is education and talent.

From the conclusions above, the writer suggested for some further experiments, they are : The Descriptive study concerning influential factors of Adversity Quotient rank. The Comprehensive Study between occupation on average Adversity Quotient and high Adversity Quotient, Influence Adversity Quotient on successfully in work, Experimental study concerning efectivity Adversity Quotient training.

DAFTAR ISI

Lembar Judul	
Lembar Pengesahan	
Abstrak	ii
<i>Abstract</i>	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	ix
Daftar Skema	x
Daftar Lampiran	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	01
1.2 Identifikasi Masalah.....	08
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	
1.3.1 Maksud Pnelitian	08
1.3.2 Tujuan Penelitian	08
1.4 Kegunaan Penelitian	
1.4.1 Kegunaan Teoritis	09
1.4.2 Kegunaan Praktis	09
1.5 Kerangka Pemikiran	10
1.6 Asumsi	18

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori *Adversity Quotient*

2.1.1 Pengertian <i>Adversity Quotient</i>	19
2.1.2 Dimensi <i>Adversity Quotient</i>	21
2.1.3 Derajat <i>Adversity Quotient</i>	23
2.1.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Adversity Quotient</i>	25
2.1.5 Ilmu pengetahuan tentang <i>Adversity Quotient</i>	27
2.1.6 Peran <i>Adversity Quotient</i> Dalam Kehidupan	31
2.1.7 Proses Kerja <i>Adversity Quotient</i>	35
2.2 Pengertian Network Marketing	37
2.3 <i>Network Marketing</i> dan Para Pelaku Bisnis	38
2.3.1 Pendidikan Bisnis yang Mengubah Hidup	38
2.3.2 <i>Cashflow Quadrant</i>	42
2.3.3 Nilai Sebuah Jaringan	43
2.4 Latar Belakang Perusahaan <i>Network Marketing</i> “x”	44

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian	47
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	
3.2.1 Definisi Konseptual (Variabel Penelitian)	48
3.2.2 Definisi Operasional	48
3.3 Alat ukur	
3.3.1 Alat ukur <i>Adversity quotient</i>	50

3.3.2 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	
3.3.2.1 Validitas	54
3.3.2.2 Reliabilitas	55
3.3.3 Data Penunjang	56
3.4 Populasi Sasaran	
3.4.1 Populasi Sasaran	56
3.4.2 Karakteristik Populasi	56
3.4.3 Teknik Sampling	57
3.5 Teknik Analisis	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Responden	58
4.1.1 Tabel Jenis Kelamin Responden	58
4.1.2 Gambaran Responden Berdasarkan Level Tahapan Pengembangan	59
4.2 Hasil Penelitian	59
4.2.1 Distribusi Frekuensi AQ.....	60
4.2.2 Tabel Derajat AQ dengan Dimensi AQ	60
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	67
Daftar Pustaka	xii
Daftar Rujukan	xiii

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Dimensi dan Indikator Alat Ukur	50
Tabel 4.1 Tabel Jenis Kelamin Responden	58
Tabel 4.2 Tabel Level Responden	59
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi	60
Tabel 4.4 Tabel Derajat AQ dengan Dimensi AQ	60

DAFTAR SKEMA

Skema 1.1 Skema Kerangka Pikir	17
Skema 3.1 Skema Rancangan Penelitian	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 2. Tabulasi Silang Data Penunjang

Lampiran 3. Data Penunjang

Lampiran 4. *Questionnaire*