

SKRIPSI

OKTANIFIA

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEBERHASILAN DISTRIBUTOR MULTI LEVEL
MARKETING PADA PT. MULTI CARE
DI SURABAYA**



No. INDUK	2365 / 01
TGL TERIMA	14-03-01
B. P. I. NAMA	
No. BUKU	FE-m Okt a-1
KOPI KE	1 (satu)

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2000

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEBERHASILAN DISTRIBUTOR MULTI LEVEL
MARKETING PADA PT. MULTI CARE
DI SURABAYA**

SKRIPSI

diajukan kepada

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk memenuhi sebagian persyaratan

memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Bidang Studi Manajemen

OLEH:

OKTANIFIA

3103096100

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
JULI 2000**

LEMBAR PERSETUJUAN

Naskah skripsi berjudul Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Distributor Multi Level Marketing Pada PT. MULTI CARE, di Surabaya yang ditulis oleh Oktanifia telah disetujui dan diterima untuk diajukan kepada Tim Penguji.



F.X. Suyono

Pembimbing I : F.X. Suyono.S, Drs. Ec

Pembimbing II : Lena Ellitan, Dra.Ec.MSi

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : OKTANIFIA NRP 3103096100

Telah disetujui pada tanggal 14 Agustus 2000 Dan dinyatakan LULUS oleh

Ketua Tim Penguji :



Trisno Musanto, Drs. Ec

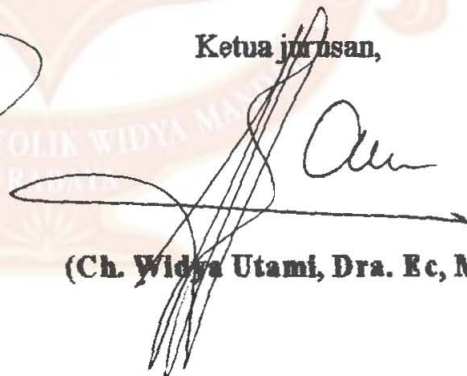
Mengetahui :

Dekan,

Ketua jurusan,



(Rido Tanaga, Drs. Ec, MBA)



(Ch. Widya Utami, Dra. Ec, MM)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat-Nya atas diri penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul:

“Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan distributor multi level marketing pada PT. MULTI CARE, di Surabaya”

Di dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak menerima berbagai bantuan baik yang berupa materi maupun inmateri dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak F.X. Suyono, Drs. Ec., selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Lena Ellitan, Dra. Ec. MSi, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan segala perhatian, bimbingan, dorongan serta petunjuk dengan ketekunan dan kesabaran, hingga terselesainya skripsi ini.
2. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan seluruh staf karyawan Universitas Katolik Widya Mandala.
3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala yang telah membimbing penulis dengan kesabaran selama berkuliah di fakultas ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala.

4. Bapak Yulius Kusworo, Drs. Ec. MM, selaku Dosen wali penulis yang telah memberikan dorongan dan pengarahan akademik selama berkuliah di Unika Widya Mandala.
5. Ibu Lily Chendrawati, selaku Pimpinan Perwakilan PT. MULTI CARE dan segenap karyawan yang telah memberikan kesempatan dan bantuan selama survey, sehingga memperlancar penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu staf perputakaan di berbagai universitas yang telah membantu penulis dalam melengkapi literatur yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Semua pihak dan para responden yang telah sudi meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam wawancara penyusunan skripsi ini.
8. Papa, Mama, adik dan semua saudara serta semua sahabatku yang tak dapat disebutkan namanya satu peer satu, yang telah memberikan dorongan dan bantuan doa, hingga penyusunan skripsi ini selesai.

Dengan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki, penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukannya.

Surabaya, Juli 2000

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABTRAKSI.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.5. Sistematika Skripsi.....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Landasan Teori.....	7
2.1.1. Saluran Distribusi.....	7
2.1.1.1. Pengertian Saluran Distribusi.....	7

2.1.1.2. Penggolongan Saluran Distribusi.....	9
2.1.2. Retailing.....	12
2.1.2.1. Pengertian Retailing.....	12
2.1.2.2. Penggolongan Retailing.....	13
2.1.3. Direct Selling.....	16
2.1.3.1. Pengertian Direct Selling.....	16
2.1.3.2. Penggolongan Direct Selling.....	18
2.1.4. Multi Level Marketing (MLM).....	21
2.1.4.1. Pengertian Multi Level Marketing (MLM).....	21
2.1.4.2. Unsur-unsur Multi Level Marketing (MLM).....	23
2.1.4.3. Tujuan Menjadi Distributor Multi Level Marketing (MLM).....	24
2.1.4.4. Manfaat Jaringan Multi Level Marketing (MLM).....	27
2.1.4.5. Keunggulan dan Kelemahan Multi Level Marketing (MLM).....	27
2.1.5. Kompensasi Distributor.....	30
2.1.5.1. Jenis-jenis Kompensasi Para Distributor.....	30
2.1.6. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Distributor MLM.....	31
2.1.7. Hubungan MLM Dengan Keberhasilan Distributor.....	33

BAB 3	METODE PENELITIAN.....	35
	3.1. Desain Penelitian.....	35
	3.2. Identifikasi Variabel.....	35
	3.3. Definisi Operasional.....	36
	3.4. Hipotesis.....	39
	3.5. Jenis dan Sumber Data.....	39
	3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	40
	3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	41
	3.8. Teknik Pengambilan Data.....	44
	3.9. Prosedur Pengujian Hipotesis.....	44
	3.9.1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
	3.9.2. Analisis Koefisien Korelasi Berganda.....	46
	3.9.3. Analisis Koefisien Korelasi Parsial.....	48
BAB 4	ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	50
	4.1. Pandangan Umum Perusahaan.....	50
	4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	50
	4.1.2. Lokasi Perusahaan	50
	4.1.3. Falsafah dan Misi Perusahaan.....	51
	4.1.4. Tujuan Perusahaan.....	53
	4.1.5. Struktur Organisasi.....	54
	4.2. Deskripsi Data.....	55

4.2.1. Friendship.....	55
4.2.2. Support System.....	56
4.2.3. Marketing Plan.....	57
4.2.4. Product Knowledge.....	58
4.2.5. Company.....	59
4.2.6. Business Value.....	61
4.3. Analisis Data.....	62
4.3.1. Analisis Pengaruh MLM Terhadap Keberhasilan Distributor.....	62
4.3.2. Analisis Korelasi Berganda.....	65
4.3.3. Pengujian Secara Simultan.....	65
4.3.4. Analisis Korelasi Parsial.....	65
4.3.5. Pengujian Secara Parsial.....	66
4.4. Pembahasan.....	70
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	75
5.1. Simpulan	75
5.2. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	78

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
4-1	Tanggapan Responden Tentang Faktor Friendship.....	55
4-2	Tanggapan Responden Tentang Faktor Support System	57
4-3	Tanggapan Responden Tentang Faktor Marketing Plan.....	58
4-4	Tanggapan Responden Tentang Faktor Product Knowledge.....	59
4-5	Tanggapan Responden Tentang Faktor Company	60
4-6	Tanggapan Responden Tentang Faktor Business Value	61
4-7	Hasil Analisis Regresi Pengaruh MLM Terhadap Keberhasilan Distributor.....	62

DAFTAR GAMBAR

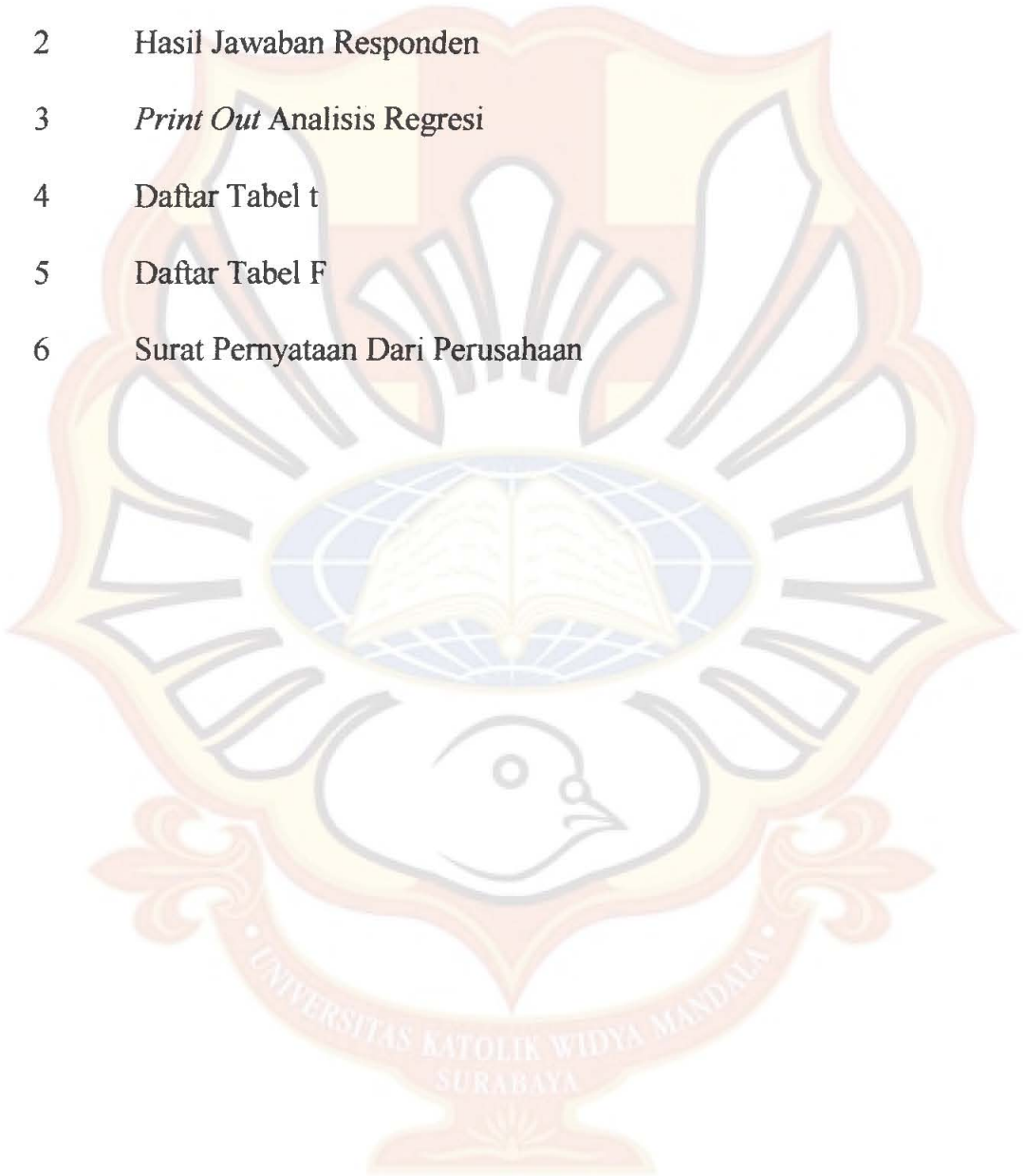
Gambar		Halaman
4.1	Struktur Organisasi PT. MULTI CARE.....	54



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

- 1 Daftar Pertanyaan
- 2 Hasil Jawaban Responden
- 3 *Print Out* Analisis Regresi
- 4 Daftar Tabel t
- 5 Daftar Tabel F
- 6 Surat Pernyataan Dari Perusahaan



ABSTRAKSI

Perkembangan yang terjadi dalam dunia pemasaran atau yang sering dikatakan dengan kata *marketing* menjadi semakin luas dan cepat. Berbagai macam bentuk dan strategi *marketing* mulai bermunculan. Dan belakangan ini yang paling sering menjadi sorotan dan perhatian dari para pelaku bisnis dan masyarakat adalah sistem *Multi Level Marketing (MLM)*. Sebenarnya istilah *Multi Level Marketing* ini tidak baru, tetapi di dalam dunia pemasaran/*marketing* MLM sering dianggap sebagai mahluk lain. Sistem ini sebenarnya cukup solid dalam bidang pemasaran tapi cukup banyak perusahaan yang membuat nama sistem ini menjadi ditakuti oleh masyarakat. Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor *Multi Level Marketing (MLM)*, seperti *friendship* (hubungan persahabatan/komunikasi), *support system* (system pendukung/dorongan), *product knowledge* (pengetahuan tentang produk), *marketing plan* (rencana-rencana pemasaran), dan *company* (perusahaan) terhadap keberhasilan yang dicapai oleh para distributor.

Untuk keperluan penelitian ini data diperoleh langsung melalui wawancara dan penyebaran kuesioner pada para distributor. Desain penelitian yang digunakan adalah konklusif eksperimental yang menjelaskan hubungan sebab akibat antara faktor-faktor yang diteliti dengan hipotesis, antara lain variabel terikat yaitu keberhasilan distributor (*Business Value/BV*) (Y), sedangkan variabel bebasnya yaitu *friendship* ($X1$), *support system* ($X2$), *product knowledge* ($X3$), *marketing plan* ($X4$) dan *company* ($X5$).

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor MLM tersebut mempengaruhi keberhasilan distributor dalam memperluas jaringan bisnisnya dan meningkatkan karirnya. Faktor yang memegang peranan penting atau yang paling dominan adalah faktor *product knowledge* yang dapat terus dikembangkan baik oleh perusahaan maupun oleh distributor melalui banyaknya mengikuti seminar produk dan membaca panduan-panduan tentang produk-produk perusahaan.