

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis dan pembahasan, simpulan yang dapat diajukan adalah:

- a. Berdasarkan pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan uji F, dapat diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan tingkat signifikan 5% dan didukung oleh koefisien korelasi berganda sebesar 0,865 yang berarti terdapat hubungan yang kuat faktor-faktor *multi level marketing (MLM)*, antara lain *friendship, support system marketing plan, product knowledge, company* dengan keberhasilan distributor. Korelasi berganda ini didukung oleh $adjusted R^2 = 0,735$ dan $R^2 = 0,749$. Hal ini berarti hipotesis secara simultan yang diajukan terbukti bahwa ada pengaruh yang signifikan antara faktor-faktor *multi level marketing (MLM)*, antara lain *friendship, support system marketing plan, product knowledge, company* terhadap keberhasilan distributor.
- b. Hipotesis secara parsial yang menyatakan bahwa “diduga bahwa faktor yang paling dominan berpengaruh dalam faktor-faktor *Multi Level Marketing (MLM)* terhadap keberhasilan distributor adalah *product knowledge*” secara statistik dapat dibuktikan kebenarannya dengan melihat hasil perhitungan korelasi partial untuk variabel bebas *product knowledge* lebih besar dibandingkan dengan korelasi parsial variabel bebas yang lain.

5.2. Saran

Secara umum responden memberikan tanggapan “cukup setuju” pada variabel-variabel independennya, hanya untuk variabel independen *friendship* memberikan tanggapan “setuju”. Oleh karena itu, dalam rangka meningkatkan keberhasilan distributor diajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Penulis memberikan saran pada perusahaan agar perusahaan tetap memelihara dan terus menanamkan kelima faktor-faktor penting dalam *Multi Level Marketing (MLM)* seperti *friendship*, *support system*, *marketing plan*, *product knowledge* dan *company* kepada para distributor sehingga distributor akan dapat lebih memahami tentang semua yang harus dimengerti dan dipahami dalam menjalankan bisnis *Multi Level Marketing (MLM)* ini. Peningkatan dan pemeliharaan hubungan dengan para distributor tersebut dapat dilakukan dengan cara memperbanyak kesempatan untuk bertemu dengan para distributor melalui seminar sehari, penjelasan tentang produk, sistem dan lain-lain, ataupun dapat dilakukan melalui arisan atau acara-acara lain yang dianggap bisa mendukung terjaganya hubungan dengan distributor yang ada. Selain itu perusahaan juga harus terbuka dalam sistem, rencana-rencana pemasaran, peningkatan jenjang dan lain-lain sehingga distributor tidak akan ragu-ragu untuk terus bergabung dengan perusahaan.
2. Dan bila dilihat dari hasil penelitian penulis, faktor *Multi Level Marketing (MLM)* yang paling dominan adalah *product knowledge*, maka penulis ingin memberikan sedikit saran bagi perusahaan untuk lebih memberikan penjelasan terinci tentang kegunaan, cara pemakaian, solusi-solusi terhadap dampak atau

masalah yang terjadi dan penanganan masalah-masalah konsumen pemakai produk sehingga distributor benar-benar mengerti dan memahami semua produk yang dimiliki oleh perusahaan dengan baik. Hal ini akan menjadi senjata paling ampuh dari para distributor yang memasarkan produk perusahaan menembus pasar. Cara yang dapat ditempuh untuk meningkatkan pengertian dan pemahaman distributor tentang produk antara lain mengadakan seminar untuk masing-masing produk (*produk makanan kesehatan, produk kecantikan, produk home care dan produk anak-anak*), *launching* atau peluncuran perdana produk baru disertai dengan penjelasan yang sejelas-jelasnya dan beberapa bulan setelah peluncuran perdana dilakukan pertemuan lagi untuk membahas tentang masalah-masalah yang dihadapi oleh distributor dalam pemasaran produk tersebut. Selain itu perusahaan harus selalu mengadakan inovasi-inovasi produk baru sesuai dengan tuntutan jaman dan distributor diharuskan untuk dapat selalu memahami tentang semua produk yang dimiliki oleh perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Clothier, Peter J., 1994, *Meraup Uang Dengan Multi Level Marketing*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Harden, Michael P., 1987, *Multi Level Marketing*, Promontory Publishing Inc., Curroll, TX.
- J. Supranto, 1994, *Statistik Teori dan Aplikasi (Jilid 1 dan Jilid 2)*, Erlangga, Jakarta.
- Kinshel, Gregory and Patricia Kinshel, 1991, *Build Your Own Network Sales Business*, Courier Companies, Inc., New York.
- Kotler, Philip, 1980, *Principles of Marketing (Internasional Edition)*, Prentice Hall, Inc, Englewood, New Jersey.
- , and Garry Armstrong, 1984, *Principles of Marketing (Six Edition)*, Prentice Hall International Inc., New Jersey.
- , 1991, *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control (Seventh Edition)*, Prentice Hall, Inc., New Jersey.
- Roller, Dave, 1995, *Menjadi Kaya Dengan Multi Level Marketing*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Scott, Gini Graham, 1992, *Success in Multi Level Marketing*, Prentice Hall, Inc., New Jersey.
- Stanton, William J., 1984, *Fundamental of Marketing (Seventh Edition)*, McGraw Hill In., Tokyo.
- Sutrisno Hadi, 1981, *Methodology Research 2 dan Methodology Research 3 (Cetakan keempat)*, Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Zainal Mustafa, 1994, *Microstat Untuk Mengolah Data Statistik (Edisi Ketiga)*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.