

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah komunikasi antarpribadi *upline* dan *downline* dalam bisnis *Multi Level Marketing* Tianshi. Bisnis MLM Tianshi memerlukan komunikasi antarpribadi antar para distributornya, yaitu distributor *upline* dan *downline*. Dalam komunikasi tersebut, distributor *upline* akan mendidik dan membina *downlinenya* hingga mandiri sehingga dapat meningkatkan motivasi untuk mengembangkan jaringan atau jumlah *downlinenya*.

Dalam MLM Tianshi terdapat beberapa level atau bintang yang menunjukkan sudah seberapa besar jaringan dan prestasinya, peneliti akan melakukan penelitian ini kepada para distributor MLM Tianshi yang mencapai bintang tiga sampai bintang tujuh. Peneliti memilih responden bintang tiga sampai bintang tujuh karena target sasaran dari penelitian ini adalah distributor yang masih termasuk baru dalam bisnis ini. Distributor baru masih sangat memerlukan komunikasi yang bersifat mendidik untuk meningkatkan motivasi dalam pengembangan jumlah *downlinenya*.

Peneliti memilih responden distributor MLM Tianshi minimal bintang tiga karena dalam level ini distributor sudah mulai serius menjalankan bisnisnya dan mau menjalin komunikasi dengan *uplinenya*. Sedangkan peneliti memilih responden maksimal bintang tujuh karena komunikasi dengan distributor yang bintangnya telah tinggi lebih bersifat luas, misalnya saling memberi saran, karena di sini motivasinya sudah ada atau terbentuk, jadi peneliti membatasinya sampai bintang tujuh saja.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
© Hak cipta milik IBI KKK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## B. Metode Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan ini merupakan penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif. Peneliti menggunakan metode kuantitatif karena dalam penelitian ini peneliti lebih mementingkan ruang lingkup data yang luas sehingga data atau hasil penelitian dianggap merupakan hasil representasi dari seluruh populasi. Dalam penelitian ini, peneliti tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisisnya.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan tipe eksplanatif yang bersifat asosiatif, di mana peneliti ingin mengetahui pengaruh yang ditimbulkan dari komunikasi antarpribadi *upline* dan *downline* terhadap motivasi pengembangan jumlah *downline* pada MLM Tianshi.

## C. Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis bivariat, dimana peneliti ingin melihat hubungan 2 variabel yaitu “Persepsi komunikasi antarpribadi *upline* dan *downline* MLM Tianshi” yang berposisi sebagai variabel independen dan “Persepsi motivasi pengembangan jumlah *downline* pada MLM Tianshi” yang berposisi sebagai variabel dependen. Variabel penelitian yang akan diukur selanjutnya akan dijabarkan menjadi dimensi, kemudian dimensi-dimensi ini akan dijabarkan menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Indikator-indikator yang dapat diukur inilah yang menjadi titik tolak dalam pembuatan item instrumen yang berupa pernyataan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 3.1

Operasional Variabel dan Indikator



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR
Persepsi komunikasi antar pribadi <i>upline</i> dan <i>downline</i> MLM	1. Keterbukaan ( <i>openess</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Upline</i> dan <i>downline</i> saling terbuka</li> <li>• <i>Upline</i> dan <i>downline</i> saling berkata jujur</li> <li>• Keinginan <i>upline</i> dan <i>downline</i> untuk menanggapi setiap informasi yang disampaikan.</li> </ul>
	2. Empati ( <i>empathy</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kepedulian <i>upline</i> kepada <i>downline</i></li> <li>• Kemampuan <i>upline</i> dalam memahami masalah yang dihadapi <i>downline</i>.</li> <li>• Keinginan <i>upline</i> untuk membantu <i>downline</i></li> </ul>
	3. Dukungan ( <i>supportiveness</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Upline</i> mendukung <i>downline</i> agar tetap semangat</li> <li>• <i>Upline</i> memuji masukan yang diberikan oleh <i>downline</i>.</li> <li>• <i>Upline</i> memuji setiap prestasi yang dicapai <i>downline</i>.</li> </ul>
	4. Kepositifan ( <i>positiveness</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Upline</i> dapat menumbuhkan perasaan positif kepada <i>downline</i>.</li> <li>• Kemampuan <i>upline</i> untuk berkata positif kepada <i>downline</i></li> <li>• Kemampuan <i>upline</i> untuk bertindak positif</li> </ul>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



**© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

		kepada <i>downline</i> .
5. Kesetaraan ( <i>equality</i> )		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Upline</i> dan <i>downline</i> saling menghargai</li> <li>• Hubungan <i>upline</i> dan <i>downline</i> tidak memandang perbedaan posisi.</li> </ul>
motivasi	1. Merencanakan dengan baik	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mempersiapkan kata-kata yang tepat untuk presentasi dengan calon <i>downline</i>.</li> <li>• Mempersiapkan peralatan yang dibutuhkan untuk presentasi dengan calon <i>downline</i></li> </ul>
pengembangan jumlah <i>downline</i>	2. Mengupayakan dan mengusahakan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keinginan distributor untuk mempraktekkan apa yang telah dipersiapkan sebelumnya.</li> <li>• Keinginan distributor untuk berusaha semaksimal mungkin untuk mengembangkan jumlah <i>downline</i>.</li> </ul>
	3. Optimis	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keyakinan bahwa ia sanggup mengembangkan jumlah <i>downlinenya</i>.</li> </ul>
	4. Proaktif	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keinginan untuk mengembangkan jaringan atau jumlah <i>downline</i> tanpa perlu selalu diingatkan oleh <i>upline</i>.</li> <li>• Keinginan untuk mengisi waktu luang dengan mengembangkan jumlah <i>downline</i>.</li> </ul>
	5. Konsisten	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemampuan distributor untuk tidak mudah menyerah</li> <li>• Kemampuan distributor untuk terus berusaha mengembangkan jumlah <i>downline</i>.</li> </ul>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keyakinan distributor bahwa ia akan berhasil.</li> </ul>
6. Kreatif	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemampuan distributor untuk melakukan hal-hal yang kreatif untuk menarik minat calon <i>downlinenya</i> yang baru.</li> </ul>
7. Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distributor tidak terlalu bergantung kepada <i>upline</i> dalam mengembangkan jaringan atau jumlah <i>downlinenya</i>.</li> </ul>

### D. Jenis Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

#### 1. Data primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari objeknya. Peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang dapat mewakili populasi secara spesifik. Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara kepada beberapa responden. Wawancara ini tidak bersifat mendalam dan digunakan sebatas untuk memperdalam analisis dan interpretasi data dari kuesioner.

#### 2. Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapat secara tidak langsung dari objek penelitian. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh melalui buku-buku, hasil penelitian sebelumnya, situs internet, dan literatur-literatur lain yang berkaitan dengan tema penelitian.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## E. Teknik Pengumpulan Data

© Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah *field research* dan *library research*.

### 1. *Field research* atau riset lapangan

*Field research* atau riset lapangan yang dilakukan oleh peneliti terdiri dari:

#### a. Kuisisioner

Pengumpulan data dengan menggunakan kuisisioner adalah mengumpulkan data dengan cara mengajukan daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis dan diserahkan kepada responden yang berhubungan dengan masalah yang diteliti untuk diisi. Tujuan dari pembuatan kuisisioner ini adalah untuk memperoleh informasi yang dapat diolah secara analitis mengenai pengaruh komunikasi antarpribadi *upline* dan *downline* terhadap motivasi pengembangan jumlah *downline* pada MLM Tianshi.

Sebelum peneliti menyebarkan kuisisioner, sebagai langkah awal, peneliti menyebarkan prakuisisioner kepada 30 responden untuk menguji validitas dan reliabilitasnya. Tujuan peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas adalah untuk melihat apakah pernyataan dalam kuisisioner tersebut valid dan reliabel.

#### (1) Uji Validitas

Menurut Umar (2002 : 99), pengujian validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Hasil penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti atau apabila pernyataan dalam kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Jika hasil penelitian ternyata ada yang tidak valid maka pernyataan yang tidak valid tersebut akan dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dalam uji validitas ini, peneliti akan menggunakan rumus Korelasi

*Pearson Product Moment*, dengan rumusan sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan :

$r$  = koefisien korelasi *Pearson Product Moment*

$n$  = jumlah anggota sampel

$X$  = nilai skor dari masing-masing butir pertanyaan

$Y$  = total nilai skor dari setiap butir pertanyaan

Keputusan valid tidaknya ditentukan dengan:

(a) Bila koefisien korelasi  $r > r$  tabel, maka pertanyaan dinyatakan valid.

(b) Bila koefisien korelasi  $r < r$  tabel, maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

(Umar, 2002 : 105)

(c) Nilai tabel  $r$  didapat dengan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) = 5 % dan  $n = 30$  serta  $df = n - 2 = 28$ , yaitu sebesar 0,361 (Sugiyono, 2004 : 140).

## (2) Uji Reliabilitas

Jika alat ukur telah dinyatakan valid, maka langkah selanjutnya adalah uji reliabilitas yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila alat ukur digunakan lebih dari satu kali. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Cronbach Alpha* dengan rumusan sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$



Keterangan:

- $r_{11}$  = reliabilitas instrumen
- $k$  = banyak butir pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$  = jumlah varian butir
- $\sigma_t^2$  = varian total

Untuk mencari varians dapat digunakan rumus sebagai berikut :

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

Keterangan :

- $n$  = jumlah sampel
- $X$  = nilai skor yang dipilih (total nilai dari nomor-nomor butir pertanyaan)

Keputusan alat ukur dinyatakan reliabel dengan:

- (a) Apabila  $r\text{-Alpha} > 0,6$  maka alat ukur dinyatakan reliabel atau hasil pengukuran relatif konsisten.
- (b) Apabila  $r\text{-Alpha} < 0,6$  maka alat ukur dinyatakan tidak reliabel atau hasil pengukuran tidak konsisten.

(Nasution dan Usman, 2006 : 112)

b. Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara dilakukan dengan berinteraksi dan berkomunikasi secara langsung dengan sumber-sumbernya agar mendapatkan gambaran mengenai objek penelitian. Wawancara singkat secara tidak terstruktur dilakukan terhadap beberapa responden.

2. *Library research* atau studi kepustakaan

Studi kepustakaan digunakan untuk melengkapi data dengan bahan yang dapat menjadi referensi. Peneliti mencari, membaca, dan mengumpulkan data dari berbagai sumber, seperti hasil penelitian tertulis terdahulu, buku-buku, dan situs internet.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





## F. Teknik Pengambilan Sampel

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Data yang diperoleh peneliti diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* atau yang disebut juga dengan penarikan sampel secara tidak acak. Menurut Nasution dan Usman (2006 : 108), teknik *non probabilitas sampling* dilakukan secara subjektif oleh peneliti, akibat adanya penilaian tertentu oleh peneliti terhadap elemen, atau dapat juga diakibatkan oleh keadaan yang memaksa peneliti untuk mengambil suatu sampel tertentu.

Pendekatan yang digunakan adalah dengan teknik *purposive sampling*, dimana peneliti menggunakan pertimbangan tertentu terhadap elemen populasi yang dipilih sebagai sampel. Anggota populasi yang dipilih ditentukan langsung oleh peneliti sehingga tidak ada peluang bagi anggota populasi lain untuk menjadi sampel bila di luar pertimbangan peneliti. (Istijanto, 2009 : 124)

Adapun dalam penelitian ini, pertimbangan yang dipakai untuk menentukan siapa yang dapat dijadikan sampel dalam populasi yang ada adalah sebagai berikut:

1. Anggota MLM Tianshi
2. Mencapai bintang tiga sampai bintang tujuh dalam MLM Tianshi
3. Umur responden sekitar 15 - 35 tahun.

Karena adanya keterbatasan pada peneliti (keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya) maka mengurangi tujuan dari penelitian ini maka diambil sampel sebanyak 50 responden. Sugiyono (2004 : 12) menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak digunakan dalam penelitian adalah antara 30 – 500 responden. Dengan demikian 50 responden sudah dapat mewakili populasi yang ada.

## G. Teknik Analisis Data

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Jika uji validitas dan reliabilitas telah selesai dilakukan maka kuesioner dapat mulai disebar. Setelah data hasil penyebaran kuesioner terkumpul, maka dilakukan analisis data untuk mengolah data yang telah terkumpul.

Untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat, semua data yang terkumpul akan diolah dengan menggunakan program SPSS 20 dan tidak menggunakan perhitungan manual. Berikut teknik analisis data yang akan peneliti gunakan untuk menganalisis data kuesioner yang telah terkumpul:

#### 1. Skala Likert

Menurut Kinnear dalam Umar (2002 : 95), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat seseorang atau sekelompok orang terhadap sesuatu. Untuk pengolahan data dalam penelitian ini, kuesioner dibuat dengan menggunakan skala pada pernyataan-pernyataan di dalam kuesioner. Skala mempunyai gradasi dari sangat negatif sampai sangat positif.

Peneliti akan meniadakan pilihan ragu-ragu (*undecided*) dalam kuesioner. Alasannya karena kategori ragu-ragu memiliki makna ganda, yaitu bisa diartikan belum bisa memberikan jawaban, netral, dan ragu-ragu. Disediakkannya jawaban di tengah-tengah juga mengakibatkan responden akan cenderung memilih jawaban di tengah-tengah terutama bagi responden yang ragu-ragu akan memilih jawaban yang mana. Selain itu, disediakan jawaban di tengah-tengah akan menghilangkan banyak data dalam riset, sehingga data yang diperlukan banyak yang hilang.

Dengan demikian, responden diminta mengisi pernyataan dalam skala interval berupa kata-kata dan diberi skor sebagai berikut :

- |                           |     |
|---------------------------|-----|
| Sangat Tidak Setuju (STS) | = 1 |
| Tidak Setuju (TS)         | = 2 |

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- c. Setuju (S) = 3
- d. Sangat Setuju (SS) = 4

2. Rata – Rata Tertimbang

Data yang dikumpulkan dari kuesioner yang dibagikan kemudian dihitung. Total responden mengenai jawabannya dikalikan dengan nilai bobot. Hasil perkalian tersebut akan dibagi dengan total responden, kemudian akan diperoleh skor rata-rata yang dapat menunjukkan rata-rata posisi yang tepat dalam interval.

Dengan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum fx}{\sum f}$$

Peterangan :

- $\bar{X}$  = nilai rata-rata
- f = frekuensi
- x = nilai bobot

Setelah diperoleh nilai rata-rata dari kuesioner tersebut, nilai rata-rata dimasukkan dalam rentang skala nilai. Rumus untuk rentang skala nilai tersebut adalah:

$$\text{Rentang Skala (I)} = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{banyaknya kategori jawaban}}$$

Hasil rentang skala yang diperoleh dari rumus di atas adalah sebesar :

$$\text{Rentang Skala} = \frac{4 - 1}{4} = 0,75$$

Maka skala yang digunakan dan posisi jawaban menjadi sebagai berikut :

STS	TS	S	SS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1,00                      1,75                      2,50                      3,25                      4,00

- 1,00 – 1,75 = Sangat Tidak Setuju
- 1,76 – 2,50 = Tidak Setuju
- 2,51 – 3,25 = Setuju
- 3,26 – 4,00 = Sangat Setuju

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Analisis Persentase

Analisis ini digunakan untuk menghitung data dan menganalisis jawaban dari pertanyaan kusioner tentang profil responden dalam bentuk persentase. Dalam hal ini responden yang dituju adalah anggota distributor MLM Tianshi yang mencapai rentang 3 sampai bintang 7. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Fr = \frac{Fi}{\sum f} \times 100\%$$

Peterangan:

- Fr = persentase
- Fi = jumlah responden yang memilih jawaban sejenis
- $\sum f$  = jumlah total responden

4. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tujuan dilakukannya uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah

populasi data berdistribusi normal atau tidak. Bila data berdistribusi normal, maka dapat digunakan uji statistik berjenis parametrik. Sedangkan bila data tidak berdistribusi normal, maka digunakan uji statistik nonparametrik. Salah satu uji normalitas dengan menggunakan uji statistik parametrik adalah dengan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Data yang memenuhi persyaratan distribusi normal akan memberikan hasil uji statistik yang lebih baik. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- (1) Jika  $Asymp. Sig \geq 0,05$ ; maka data berdistribusi normal.
  - (2) Jika  $Asymp. Sig < 0,05$ ; maka data tidak berdistribusi normal.
- (Siregar, 2013:153)

#### Uji Linieritas

Dalam penelitian ini, uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel “persepsi komunikasi antarpribadi *upline* dan *downline*” dan variabel “persepsi motivasi pengembangan jumlah *downline*” mempunyai hubungan linier.

Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis regresi linear, yaitu apakah model regresi linier dapat digunakan atau tidak dalam penelitian ini.

Berikut hipotesis yang digunakan dalam uji ini:

$H_0$  : Model regresi linier sederhana tidak dapat digunakan dalam memprediksi motivasi pengembangan jumlah *downline* MLM Tianshi yang dipengaruhi oleh komunikasi antarpribadi *upline* dan *downline*.

$H_a$  : Model regresi linier sederhana dapat digunakan dalam memprediksi motivasi pengembangan jumlah *downline* MLM Tianshi yang dipengaruhi oleh komunikasi antarpribadi *upline* dan *downline*.

Kriteria pengujian dengan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$  sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima

Ⓒ Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak.

(Siregar, 2013:178)

## 5. Analisis Regresi Linear

Analisis regresi linear digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel tergantung dan memprediksi variabel tergantung dengan menggunakan variabel bebas. Gujarati (2006) mendefinisikan analisis regresi sebagai uji terhadap hubungan satu variabel yang disebut sebagai variabel yang diterangkan (*the explained variabel*) dengan satu atau dua variabel yang menerangkan (*the explanatory*). Variabel pertama disebut juga sebagai variabel tergantung dan variabel kedua disebut variabel bebas. Adapun persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$MP = a + bKUD$$

Keterangan:

MP = Motivasi pengembangan jumlah *downline* MLM Tianshi

KUD = Komunikasi antarpribadi *upline* dan *downline* MLM Tianshi

a = Nilai konstan (*intercept*)

b = Koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel indenpenden. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan.

Nilai a dihitung dengan rumus:

$$a = \frac{\sum Y (\sum X^2) - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Nilai b dihitung dengan rumus:

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Beberapa pengujian yang perlu dilakukan untuk hasil persamaan regresi sederhana di atas adalah sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



a. Uji Keberartian Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk melihat signifikansi model regresi, apakah model regresi penelitian fit dan layak untuk digunakan dalam penelitian. Kriteria yang digunakan dalam menentukan suatu model regresi signifikan atau tidak signifikan dengan menggunakan program SPSS 20 sebagai berikut:

Hipotesis :

Ho:  $\beta = 0$ , berarti tidak ada pengaruh variabel persepsi komunikasi antarpribadi *upline* dan *downline* terhadap variabel persepsi motivasi pengembangan jumlah *downline* pada MLM Tianshi.

Ha:  $\beta \neq 0$ , berarti ada pengaruh variabel persepsi komunikasi antarpribadi *upline* dan *downline* terhadap variabel persepsi motivasi pengembangan jumlah *downline* pada MLM Tianshi.

Menurut Umar (2008:137), dari tabel ANOVA diperoleh nilai  $F_{hitung}$  dan Sig. F untuk model regresi. Kemudian, bandingkan nilai Sig. F dengan  $\alpha = 0,05$

(1) Jika nilai Sig.F  $\geq 0,05$  maka Ho diterima, artinya variabel persepsi komunikasi antarpribadi *upline* dan *downline* bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel persepsi motivasi pengembangan jumlah *downline* atau model regresi tidak fit untuk digunakan dalam penelitian ini.

(2) Jika nilai Sig.F  $< 0,05$  maka Ho ditolak, artinya variabel persepsi komunikasi antarpribadi *upline* dan *downline* merupakan variabel penjelas yang signifikan terhadap variabel persepsi motivasi pengembangan jumlah *downline* atau model regresi fit untuk digunakan dalam penelitian ini

Uji Signifikansi Koefisien (Uji t)

Menurut Rangkuti (2005 : 63), uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis dalam penelitian

Ⓒ didasarkan pada pertimbangan signifikansi koefisien dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria yang digunakan dalam menentukan suatu variabel independen signifikan atau tidak signifikan adalah sebagai berikut:

$H_0 : \beta = 0$ ; berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel persepsi komunikasi antarpribadi *upline* dan *downline* terhadap variabel persepsi motivasi pengembangan jumlah *downline* pada MLM Tianshi.

$H_a : \beta > 0$ ; berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel persepsi komunikasi antarpribadi *upline* dan *downline* terhadap variabel persepsi motivasi pengembangan jumlah *downline* pada MLM Tianshi.

Untuk menguji hipotesis tersebut digunakan statistik t yang dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$t = \frac{b_1}{S_{b1}}$$

Keterangan:

$b_1$  = nilai koefisien variabel independen  
 $S_{b1}$  = nilai standar error dari variabel independen.

Adapun  $S_{b1}$  dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_{b1} = \frac{S_{yx}}{\sqrt{S_{sx}}}$$

Selanjutnya  $S_{sx}$  adalah

$$S_{sx} = \sum_{t=1}^n (X_1 - \bar{X})^2$$

Untuk mengetahui kebenaran hipotesis digunakan kriteria sebagai berikut:

Bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.

Bila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )



**Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Menurut Umar (2008 : 136), koefisien determinasi merupakan suatu alat ukur yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana tingkat hubungan antar variabel independen dengan variabel dependennya. Besarnya koefisien determinasi adalah antara angka nol sampai dengan angka satu ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Semakin nilai koefisien determinasi mendekati angka 1, semakin besar pula kecocokan dan ketepatan suatu model. Rumus yang digunakan untuk koefisien determinasi ini adalah sebagai berikut:

$$r^2 \times 100\% = R$$

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.