

Pengaruh interpersonal attraction pada up-line terhadap motivasi

Asih Nurfitri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=125339&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang faktor up-line dalam memotivasi individu bergabung menjadi anggota MLM. Dengan dilatar-belakangi fenomena mengenai faktor hubungan antar pribadi yang kental dalam sistem MLM, penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh ketertarikan pada up-line terhadap motivasi bergabung menjadi anggota MLM. Variabel ketertarikan dipakai, karena kesediaan untuk menghabiskan waktu bersama orang lain terkait dengan ketertarikan interpersonal (interpersonal attraction) (Jung, 1978). Sehingga, saat seseorang menerima tawaran untuk menjadi anggota MLM, maka ia pasti memiliki ketertarikan berupa penilaian positif terhadap orang yang mengajaknya. Teori kebutuhan McClelland (1987) dipakai sebagai indikator tingkah laku motivasi. Sedangkan sebagai indikator ketertarikan pada up-line, digunakan teori ganjaran yang diungkapkan Berscheid & Walster (1978) yang menjabarkan lima dimensi interpersonal attraction yakni proximity, reciprocity of liking, similarity, reduction of fear, stress and isolation serta cooperation.

Desain penelitian ini adalah field study-hypotesis testing, dengan accidental sampling sebagai metode pengambilan sampel. Partisipan penelitian ini berjumlah 85 orang anggota MLM X. Penelitian ini membuktikan bahwa ketertarikan pada up-line mempengaruhi motivasi bergabung menjadi anggota MLM. Kelima dimensi interpersonal attraction juga terbukti mempengaruhi motivasi bergabung menjadi anggota MLM. Dari lima dimensi interpersonal attraction yang diteliti, ditemukan bahwa reciprocity of liking merupakan dimensi interpersonal attraction pada up-line yang memberikan sumbangan terbesar dalam mempengaruhi motivasi bergabung menjadi anggota MLM.

<hr>

This research studies about up-line's factor in motivating individual to join an MLM. It is based on phenomenon that shows the importance of interpersonal relationship on Multilevel-marketing system. The aim of this research is to prove The effect of interpersonal attraction to up-line on joining motivation as MLM member. Attraction is used as variabel, because willingness to spend time with others relates to interpersonal attraction (Jung, 1978). So, when somebody is intrested in joining an MLM, it means that he/she has some attractions to others who invites him/her to join the MLM. Need's theory of McClelland (1987) is used in this study as behavior indicator of joining motivation as MLM member. For attraction indicator to up-line, this research used Reward Theory by Berscheid & Walster (1978), that describes five interpersonal attraction's dimenssions as proximity, reciprocity of liking, similarity, reduction of fear, stress and isolation, and finally cooperation.

The Design of this research is hypotesis testing-field study with accidental sampling as the sampling method. Participants of this study are 85 member of MLM X. This research proves that interpersonal attraction to up-line influence joining motivation as MLM member. This research also find that all of interpersonal attraction's dimenssion influence joining motivation as MLM member. From five dimenssion

of interpersonal to up-line, it is found that reciprocity of liking has the biggest contribution in influencing MLM members to join the MLM.