

**PENGARUH MOTIVASI DAN PENGEMBANGAN KARIR
TERHADAP MINAT ENTREPRENEUR PADA SISTEM NETWORK
MARKETING MOST VIRAL PROJECT DI KOTA MANADO**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Ekonomi Syariah



Oleh:

Tri Handayani Setiawan

NIM. 16.4.1.047

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO**

1442 H/2021 M

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Tri Handayani Setiawan

NIM : 16.4.1.047

Program : Sarjana (S-1)

Institusi : IAIN Manado

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa SKRIPSI dengan Judul "*Pengaruh Motivasi dan Pengembangan Karir Terhadap Minat Entrepreneur Pada Sistem Network Marketing Most Viral Project di Kota Manado*" secara keseluruhan hasil penelitiannya adalah karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Manado, 28 - Okt - 2021

Saya yang menyatakan,



Tri Handayani Setiawan

NIM. 16.4.1.047

SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado
Di
Manado,-

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

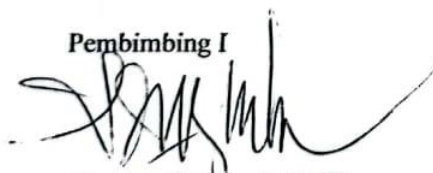
Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa Proposal skripsi Saudara/i:


Nama : Tri Handayani Setiawan
NIM : 16.4.1.047
Judul Skripsi : Pengaruh Motivasi dan Pengembangan Karir Terhadap Minat Entrepreneur Pada Sistem Network Marketing Most Viral Project di Kota Manado

Sudah dapat diajukan untuk ujian Proposal Skripsi. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

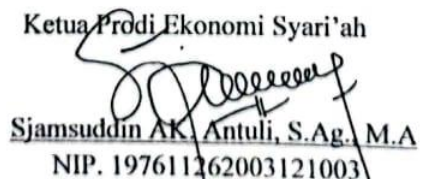
Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Manado, 6 Oktober 2021

Pembimbing I

Dr. Suprijati Sarib, M.Si
NIP. 196708111993022001

Pembimbing II

Rahmawaty, S.HI., M.SI
NIP. 197809202005012010

Mengetahui;

Ketua Prodi Ekonomi Syari'ah

Sjamsuddin AK Antuli, S.Ag. M.A
NIP. 197611262003121003

PENGESAHAN TIM PENGUJI UJIAN SKRIPSI

Skripsi berjudul **“Pengaruh Motivasi dan Pengembangan Karir Terhadap Minat Entrepreneur Pada Sistem Network Marketing Most Viral Project di Kotamobagu”** yang disusun oleh **Tri Handayani Setiawan** NIM : 16.4.1.047 ini telah diuji dalam Ujian Skripsi pada tanggal, 28 Oktober 2021

DEWAN PENGUJI :

Ketua : Dr. Suprijati Sarib, M.Si
 Sekertaris : Rahmawati, M.S.I
 Munaqisy I : Dr. Evra Wilya, M.Ag
 Munaqisy II : Ridwan Tabe, S.Pd., M.Pd
 Pembimbing I : Dr. Suprijati Sarib, M.Si
 Pembimbing II : Rahmawati, M.S.I

()
 ()
 ()
 ()
 ()
 ()

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam





Dr. Rosdalina Bukido, M.Hum.
 NIP.197803242006042003

TRANSLITERASI

Transliterisasi Arab-Latin berdasarkan keputusan bersama Menteri Agama RI, dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI nomor 158/1987 dan 0543 b/1987, tanggal 22 Januari 1988.

1. Transliterisasi Arab-Latin IAIN Manado adalah sebagai berikut:

a. Konsonan Tunggal

Arab	Indonesia	Ara b	Indonesia
ا	A	ط	!
ب	B	ظ	z
ت	T	ع	‘
ث	ṡ	غ	G
ج	J	ف	F
ح	ḥ	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Z	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	’
ص	ṡ	ي	Y
ض	ḍ		

b. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda *syaddah*, harus ditulis secara lengkap, seperti;

احمدِيَّة : ditulis *Ahmadiyyah*

شمسِيَّة : ditulis *Syamsiyyah*

c. Ta' Marbutāh di Akhir Kat

- 1) Bila dimatikan ditulis “h”, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia:

جمهورية : ditulis *Jumhūrīyyah*

مملكة : ditulis *Mamlakah*

- 2) Bila dihidupkan karena berangkat dari kata lain, maka ditulis “t”:

نعمة الله : ditulis *Ni'matullah*

زكاة الفط : ditulis *Zakāt al-Fitr*

d. Vokal Pendek

Tanda *fathah* ditulis “a”, *kasrah* ditulis “i”, dan *damah* ditulis “u”.

e. Vokal Panjang

- 1) “a” panjang ditulis “ā”, “i” panjang ditulis “ī”, dan “u” panjang ditulis “ū”, masing-masing dengan tanda *macron* (¯) di atasnya.
- 2) Tanda *fathah* + huruf *yā'* tanpa dua titik yang dimatikan ditulis “ai”, dan *fathhah* + *wawu* mati ditulis “au”.

f. Vokal-vokal Pendek Berurutan

Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (‘):

أنتم : *a'antum*

مؤنث : *mu'annas*

g. Kata Sandang Alif + Lam

- 1) Bila diikuti huruf *qamariyyah* ditulis al-:

الفرقان : ditulis *al-furqān*

- 2) Bila diikuti huruf *Syamsiyyah*, maka al- diganti dengan huruf *syamsiyyah* yang mengikutinya:

السنة : ditulis *as-Sunnah*

h. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD

i. Kata dalam Rangkaian Frasa Kalimat

- 1) Ditulis kata per kata atau;

2) Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut:

شيخ الإسلام	: <i>Syaikh al-Islām</i>
تاج الشريعة	: <i>Tāj asy-Syarī'ah</i>
التصور الإسلامي	: <i>At-Tasawwural-Islāmī</i>

j. Lain-lain

Kata-kata yang sudah dibakukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) seperti kata *ijmak*, *nas*, *akal*, *hak*, *nalar*, *paham*, dsb., ditulis sebagaimana dalam kamus tersebut.

ABSTRAK

Nama Penulis : Tri Handayani Setiawan
NIM : 16.4.1.047
Judul : Pengaruh Motivasi dan Pengembangan Karir Terhadap Minat Entrepreneur Pada Sistem Network Marketing Most Viral Project di Kota Manado

Penelitian ini bertujuan untuk menguji: 1) pengaruh motivasi terhadap minat *Entrepreneur pada Sistem Network Marketing Most Viral Project* di Kota Manado; 2) Pengaruh pengembangan karir terhadap minat *Entrepreneur pada Sistem Network Marketing Most Viral Project* di Kota Manado dan 3) Pengaruh motivasi dan pengembangan karir secara bersama-sama terhadap minat *Entrepreneur pada Sistem Network Marketing Most Viral Project* di Kota Manado. Metode yang digunakan metode kuantitatif deskriptif. Sumber data penelitian ini adalah seluruh member aktif *Most Viral Project* di Kota Manado dengan menggunakan teknik pengumpulan melalui Observasi dan Kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dan data penelitian ini di olah menggunakan SPSS versi 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada Uji Hipotesis 1). nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($4,382 > 1,664$) dan nilai probabilitas (0.000) jauh lebih kecil dari 0,05 atau (p-value $0,000 < 0,005$). Ini artinya bahwa terdapat pengaruh signifikan Motivasi (X_1) terhadap Minat Entrepreneur (Y). pada *Sistem Network Marketing Most Viral Project* di kota Manado. Sedangkan pada Uji Hipotesis 2). diperoleh nilai t-hitung sebesar 1,332 dan nilai t-tabel sebesar 1,664. Oleh karena nilai t-hitung yang diperoleh lebih kecil dari t-tabel ($1,332 < 1,664$) dan nilai probabilitas (0,187) jauh lebih besar dari 0,05 atau (p-value $0,187 > 0,05$). Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh pengembangan Karir (X_2) terhadap Minat Entrepreneur (Y), pada *Sistem Network Marketing Most Viral Project*, di kota Manado. 3). Namun setelah diuji secara bersama-sama diperoleh hasil F-hitung lebih besar dari F-tabel ($13,687 > 3,12$) dan nilai probabilitas (0.000) jauh lebih kecil dari 0,05, atau (p-value $0,000 < 0,05$), maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat *entrepreneur*, atau dengan kata lain, Motivasi (X_1) dan Pengembangan Karir (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Entrepreneur (Y).

Kata Kunci: *Motivasi, Pengembangan Karir, Minat Entrepreneur*

ABSTRACT

Name : Tri Handayani Setiawan
 Student Number : 16.4.1.047
 Title : The Effect of Motivation and Career Development on Entrepreneurial Interest in the Most Viral Project Network Marketing System in the City of Manado

This study aims to examine: 1) the effect of motivation on Entrepreneur's interest in the Most Viral Project Network Marketing System in the City of Manado; 2) The effect of career development on Entrepreneur's interest in the Most Viral Project Network Marketing System in the City of Manado and 3) The effect of joint motivation and career development on Entrepreneur's interest in the Most Viral Project Network Marketing System in the City of Manado. The method used is descriptive quantitative method. The data sources of this research are all active members of the Most Viral Project in the City of Manado using collection techniques through observation and questionnaires. The data analysis technique used is multiple linear regression and the research data is processed using SPSS version 25.

The results of this study indicate that the Hypothesis Test 1) the t-count value is greater than t-table ($4.382 > 1.664$) and the probability value (0.000) is much smaller than 0.05 or (p-value $0.000 < 0.005$). This means that there is a significant influence of Motivation (X1) on Entrepreneurial Interest (Y) on the Network Marketing Most Viral Project System in the city of Manado. While in Hypothesis Test 2) the t-count value is 1.332 and the t-table value is 1.664. Therefore; the t-count value obtained is smaller than the t-table ($1.332 < 1.664$) and the probability value (0.187) is much greater than 0.05 or (p-value $0.187 > 0.05$). Thus, it can be concluded that there is no effect of Career development (X2) on Entrepreneurial Interest (Y), in the Most Viral Project Network Marketing System, in the city of Manado. 3). However, after being tested together, the F-count results are greater than F-table ($13,687 > 3.12$) and the probability value (0.000) is much smaller than 0.05, or (p-value $0.000 < 0.05$), then Regression models can be used to predict entrepreneurial interest, or in other words, Motivation (X1) and Career Development (X2) together have an effect on Entrepreneur Interest (Y).

Keywords: *Motivation, Career Development, Entrepreneur Interest*



KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadiran Allah SWT. Karena berkat kelimpahan rahmat dari-Nya, sehingga penulis dapat merampungkan skripsi ini dengan judul ***“Pengaruh Motivasi dan Pengembangan Karir Terhadap Minat Entrepreneur Pada Sistem Network Marketing Most Viral Project di Kota Manado”*** Sebagai salah satu syarat memperoleh Sarjana Ekonomi dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado.

Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Baginda Rasulullah SAW. Serta keluarga, sahabat sampai kepada para pengikutnya yang senantiasa tetap istiqomah sampai akhir zaman.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari banyaknya orang yang berperan memberikan motivasi, dukungan, bantuan, bimbingan dan doa dari berbagai pihak terutama kepada kedua orang tua penulis Ayah Masykur Al-Ma’Muni S.Pdi dan Ibu Kartin Ahmad S.Pdi, yang telah melahirkan, membesarkan dan mendidik dengan sepuh hati. Alhamdulillah sampai terselesaikannya skripsi ini selalu mendapat dukungan dan do’a dari kedua orang tua dan saudara. Ucapan terimakasih juga penulis haturkan kepada :

1. Delmus Puneri Salim, MA, M.Res Ph. D. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado
2. Dr. Ahmad Rajafi, M.HI selaku Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado
3. Dr. Radlyah Hasan Jan, M.Si selaku Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado sekaligus menjadi pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan semangat, arahan dan selalu memberi motivasi untuk terus berprestasi selama perkuliahan, serta selalu ikhlas dan sabar hingga tahap penulisan skripsi ini selesai.
4. Dr. Musdalifah Dachrud, M.PS.I selaku Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado
5. Dr. Rosdalina, S.Ag., M. Hum., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado

6. Dr. Andi Mukkaramah Nagauleng M.Pd selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado
7. Ridwan Jamal S.Ag., M.HI selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado
8. Dr. Munir Tubagus, M.Cs selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado
9. Sjamsuddin A.K. Antuli, S.Ag., M.A selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah yang senantiasa dengan sabar memberi masukan dan arahan sejak semester awal hingga saat ini.
10. Dr. Suprijati Sarib, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I dan Rahmawati, S.HI., M.SI, selaku Dosen Pembimbing II yang selama ini telah meluangkan waktu dan memberikan arahan-arahan yang sangat membantu, serta dengan ikhlas dan sabar dalam membimbing penyelesaian penyusunan skripsi ini.
11. Serta Kabag, Staff dan juga seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado yang selama ini dengan segala jerih payahnya telah memberikan jasa, pelayanan dan ilmu bagi penulis selama masa perkuliahan.
12. Kepada teman-teman seperjuangan Julistia, Vita, Della, Alya, Dila, Ulan, Unuy, Nur, Aan, Widodo, Iqbal, Adit, Andika serta seluruh teman-teman Ekonomi Syariah B dan angkatan 2016 yang selalu semangat penuh dengan dukungan, saling bantu membantu tanpa adanya kalian skripsi ini tidaklah terasa indah.
13. Untuk seluruh keluarga, om samad, Teti, Kak Mia, Kak Alun, Kak Pian dan semua yang sudah membantu dari awal kuliah sampai selesai, terimah kasih banyak semoga senantiasa diberikan kemudahan dan murah rezekinya.
14. Teman-teman dan sahabat Wawan, Adit Junai, Adit, Iki, Upi tanpa bantuan dan doanya skripsi ini tidak lah sempurna karna kebersamaan dan canda tawa selama ini.

15. Teruntuk semua pihak yang sudah banyak membantu proses penyusunan, yang tidak dapat disebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan dan doa selama ini.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb

Manado, 2021

Tri Handayani Setiawan

NIM 16.4.1.047

DAFTAR ISI

Halaman Judul Skripsi	i
Pernyataan Keaslian Skripsi.....	ii
Halaman Persetujuan Pembimbing	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Pedoman Transliterasi	v
ABSTRAK	vii
Kata Pengantar	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	7
F. Kegunaan Penelitian.....	7
G. Definisi Operasional.....	8
H. Penelitian Terdahulu	9

BAB II KAJIAN TEORI

A. Pengertian Motivasi	12
B. Pengertian Pengembangan Karir.....	15
C. Pengertian Minat Entrepreneur	18
D. Kerangka Berfikir.....	29
E. Hipotesis.....	29

BAB III METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian	31
B. Rancangan Penelitian	31
C. Populasi dan Sampel Penelitian	31
D. Data dan Instrumen	34
E. Teknik Pengumpulan Data	35
F. Teknik Analisis Data	39

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	45
B. Hasil Penelitian	48
C. Pembahasan	67

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	72
B. Saran	73

DAFTAR PUSTAKA	75
----------------------	----

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penelitian Terdahulu Yang Relevan	9
Tabel 3.1	Skala <i>Likert</i>	35
Tabel 3.2	Kisi-kisi Kuesioner	36
Tabel 4.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	49
Tabel 4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4.4	Data Variabel X_1	50
Tabel 4.5	Data Variabel X_2	51
Tabel 4.6	Data Variabel Y	52
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas X_1	53
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas X_2	54
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Y	54
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas X_1	55
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas X_2	55
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas Y	56
Tabel 4.13	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	58
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinieritas	58
Tabel 4.15	Hasil Uji Autokorelasi Durbin-Watson	60
Tabel 4.16	Hasil Uji Linieritas X_1 ke Y61
Tabel 4.17	Hasil Uji Linieritas61
Tabel 4.18	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda62
Tabel 4.19	Hasil Koefisien Determinasi64
Tabel 4.20	Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)	65
Tabel 4.21	Hasil Uji F	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Bagan Pohon Jaringan	32
Gambar 4.1	Analisis Grafik (<i>normal probability</i>)	57
Gambar 4.2	Scatterplot	59

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bangsa Indonesia saat ini sedang menghadapi masalah keterbatasan kesempatan kerja bagi rakyatnya. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah pengangguran belakangan ini. Kondisi akan semakin diperburuk dengan situasi persaingan global pemberlakuan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) yang akan memperhadapkan lulusan perguruan tinggi Indonesia bersaing secara bebas dengan lulusan perguruan asing. Sementara disisi lain, bangsa ini sedang di uji pula dengan mewabahnya virus Covid-19 yang tidak kunjung mereda, menyebabkan banyak pekerja yang di PHK dan dirumahkan atau dihimbau untuk dirumah saja atau social distancing. Sehingga hal ini sangat membatasi masyarakat untuk bekerja.¹

Kegiatan membatasi masyarakat untuk bekerja ini tentunya dapat memicu bertambahnya angka pengangguran. Pengangguran adalah orang yang belum melakukan sesuatu kegiatan yang menghasilkan uang. Pengangguran tidak terbatas hanya pada orang yang belum bekerja tetapi orang yang sedang mencari pekerjaan dan orang yang sedang bekerja namun pekerjaannya tidak produktif pun dapat dikategorikan sebagai pengangguran.² Termasuklah orang-orang *stay at home*, semuanya untuk memutus penyebaran virus covid-19 ini.

Di tengah masalah tersebut, muncul sebuah alternatif bisnis yang dapat menjanjikan keberhasilan *financial* dengan sistem pemasaran berjenjang yang dinilai dapat mendorong kemampuan seseorang di bidang marketing yang merupakan salah satu hal yang mendasari *Entrepreneurial* yaitu, *Multi level Marketing* (MLM). Sistem bisnis ini akhirnya mulai banyak dipilih oleh

¹Fahri; Abd. Jalil; dan Sri Kasnelly, *Meningkatnya Angka Pengangguran Ditengah Pandemi (COVID-19)*, (2020)

² Sukirno Sadono, *Teori Pengantar Makro Ekonomi*, Edisi Ketiga. (Jakarta: Rajawali Pers, 2016)

beberapa kalangan sebagai alternatif kegiatan bisnis termasuk mahasiswa/pelajar.

Bisnis *Multi Level Marketing* ini merupakan bisnis dengan modal yang relatif kecil, namun peluang yang besar, tidak ada resiko, dan tidak memiliki jam kerja tertentu, serta dapat dikerjakan dari rumah saja, melalui penjualan online.. *Multi Level Marketing* (MLM) merupakan suatu metode penjualan barang dan jasa secara langsung kepada konsumen yang sudah terdaftar sebagai anggota, tidak pada sebuah agen, serta perusahaan juga memberi kesempatan kepada konsumen tersebut untuk menjadi tenaga pemasaran.³

Dalam dunia bisnis seperti *Network Marketing* atau *Multi Level Marketing* (MLM) seperti saat ini banyak dibutuhkan sistem *Network Marketing* yang memiliki kualitas dan bekerja secara profesional sehingga sistem *Network Marketing* yang mereka kenalkan ke khalayak akan tepat sesuai target dari produk melalui *brief* yang sudah disepakati tersebut. Eksistensi suatu sistem *Network Marketing* tidak luput dari klien, klien merupakan hal yang penting dalam suatu sistem *Network Marketing*. Pemasukan pendapatan dan kelayakan dari klien adalah sasaran utama untuk terus maju dan bertahan dalam persaingan dunia usaha dan bisnis seperti saat ini. Strategi komunikasi yang diterapkan merupakan salah satu hal terpenting dalam mempertahankan klien dari persaingan bisnis yang dilakukan oleh kompetitor lain demi mendapatkan kepercayaan klien/konsumen.⁴

Keunggulan yang dimiliki oleh sistem *Network Marketing* atau *Multi Level Marketing* (MLM) ini telah menarik banyak perusahaan besar dunia untuk menerapkan sistem ini dalam memasarkan produk perusahaannya. Menurut Santoso tidak kurang dari 200 perusahaan telah bergerak di bidang *Multi Level Marketing* (MLM). Data ini diperoleh dari Asosiasi Penjual Langsung Indonesia (APLI) yang merupakan wadah perusahaan Multi Level Marketing di Indonesia dan bagian dari *World Federation of Direct Selling*

³Sofyan Jauhari, *MLM Syariah: Buku Wajib Wirausahawan Muslim Praktisi MLM Syariah*, (Jakarta: Mujaddi Press, 2013)

⁴Wiranto J. C Effendi, Johnny A. F. Kalangi, and Danny D. S. Mukuan, 'Pengaruh Multi Level Marketing Terhadap Penjualan Produk Serum Vitamin C Salisa', *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9.3 (2019)

Association (WFDSA). Pada bulan Mei 2005 ada 60 perusahaan yang telah resmi menjadi anggota Asosiasi Penjual Langsung Indonesia (APLI) dan selebihnya di luar Asosiasi Penjual Langsung Indonesia (APLI) masih dalam proses menjadi anggota dan belum mendaftar atau ditolak karena bukan sistem *Multi Level Marketing* (MLM) yang sah.⁵

Jika dipandang dari omset perusahaan, total omset nasional yang dihasilkan dari perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) terus mengalami peningkatan. Menurut riset dari majalah *SwaPlus* Oktober 2005, pada tahun 2000 total omset nasional sebesar Rp. 2,97 triliun, dan pada tahun 2003 mengalami peningkatan lebih dari dua kali lipat yaitu sebesar Rp. 6,24 triliun. Hal ini menarik untuk diteliti sebab bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) sampai saat ini sering mendapatkan tanggapan antipati dari masyarakat. Namun justru semakin banyak perusahaan baru yang muncul dengan menggunakan sistem pemasaran *Multi Level Marketing* (MLM).

Peran tenaga penjual (*sales person*) dalam meningkatkan pertumbuhan penjualan telah lama menjadi salah satu strategi pemasaran. Keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan hasil penjualan tidak lepas dari peran para tenaga penjual. Dengan peran tenaga penjual perusahaan mampu menjalin hubungan yang lebih dekat dan lebih baik dengan konsumennya. Oleh karena itu, perusahaan perlu menekankan pada aspek peningkatan kemampuan para tenaga penjualannya. Dengan berkembangnya kinerja tenaga penjualan, diharapkan kinerja perusahaan juga ikut berkembang. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler yang menyatakan bahwa peran tenaga penjual sebagai wakil perusahaan yang berhubungan langsung dengan para konsumen, sehingga dapat mempengaruhi pelanggan untuk membeli atau tidak.

Melihat dari sistem yang dikembangkan dalam bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) tersebut diatas, maka dapat dilihat bahwa peran tenaga penjual sangatlah penting dalam melakukan serangkaian proses penjualan. Tenaga penjual dalam sistem pemasaran *Multi Level Marketing* (MLM)

⁵ Santoso. Benny, *Memahami Lebih Jauh MLM Dan Pernak-Perniknya* (Yogyakarta: ANDI, 2003).

disebut sebagai distributor. Distributor diartikan sebagai orang yang telah tergabung dengan perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM). Ada 2 tipe distributor yaitu distributor pasif dan distributor aktif. Distributor pasif adalah orang yang bergabung dengan perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) namun hanya untuk mengkonsumsi produknya saja, sedangkan distributor aktif adalah orang yang bergabung dengan perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) selain untuk mendapatkan produknya juga untuk menjalankan bisnis sesuai dengan sistem yang berlaku dalam perusahaan tersebut. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan distributor adalah distributor aktif (selanjutnya disebut distributor saja). Distributor berperan dalam melakukan promosi terhadap produk dan penginformasian bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) mengembangkan jaringan sesuai dengan sistem yang diberlakukan perusahaan.⁶

Salah satu keputusan yang penting dalam karier *Network Marketing* yang kadang-kadang disebut *Multi Level Marketing* (MLM) percaya atau tidak adalah keputusan memilih perusahaan yang tepat bagi distributor untuk bekerja. Perusahaan memainkan peran yang dramatis sehubungan dengan kesuksesan Distributor *Network Marketing*. Dukungan dari perusahaan berupa reputasi perusahaan, produk yang berkualitas dan *business plan* yang realistis akan memberikan kemudahan bagi distributor untuk menjalankan bisnis mereka. Kemudahan tersebut akan berpengaruh terhadap kinerja distributor.

Hal tersebut dijelaskan oleh Tarmizi Yusuf dalam bukunya *Strategi Multi Level Marketing* (MLM) Secara Cerdas dan Halal yang menjabarkan tentang ciri-ciri perusahaan *Multi Level Marketing* yang akan mendukung distributor dalam menjalankan usahanya.⁷

Era industri 4.0 yang juga disebut sebagai era digital telah dimulai sejak tahun 2011, di mana pada era *disruptive technology* ini, menurut Hassim, ukuran industri tidak menjadi jaminan, justru kelincihan industri yang

⁶ Kotler, P, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2012).

⁷ Randy Gage, *How To Build A Multi Level Money Machine* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014).

menjadi kunci utama dalam segala proses operasional.⁸ Revolusi industri 4.0 menjadi penggerak perekonomian dunia, bahkan, *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) menyatakan bahwa inovasi di bidang teknologi digital diklaim mampu membawa banyak negara menuju kemakmuran yang berkesinambungan. Konektivitas yang terjalin juga menjadikan para pelaku industri kreatif terhubung dengan akses-akses modal dan pasar baru, juga membawa pada peluang bisnis-bisnis baru yang lebih menjanjikan kemakmuran.⁹

Sejak awal tahun 2000, era *new wave technology* telah mempengaruhi perekonomian dunia, di mana menurut Kotler & Keller, *new wave technology* adalah teknologi yang memungkinkan konektivitas dan interaktivitas antar individu dan kelompok. *New wave* meliputi tiga kekuatan utama, yaitu komputer dan telepon genggam yang murah, internet yang murah, dan *open source*. Berawal dari fenomena itulah, dalam hal pemasaran akhirnya dikenal istilah digital marketing.

Pesatnya perkembangan era digital dan dunia *Entertainment* membuat para pelaku digital dan *Entertainment* menciptakan terobosan-terobosan untuk memanfaatkan perkembangan tersebut. Pada tahun 2018 telah diluncurkan sebuah project berbasis Digital *Entertainment* yang disebut *Most Viral Project* (MVP). *Most Viral Project* (MVP) adalah starup yang bergerak dibidang layanan Digital *Entertainment*, dan didukung platform Digital sebagai layanannya. Dengan *platform* berbasis *website*, *Most Viral Project* (MVP) mencoba membangun produk dan layanan konsumen dengan sistem dan *platform* yang besar, merancang industri kreatif dibidang *Entertainment* dan teknologi.

Most Viral Project (MVP) hadir sebagai salah satu terobosan dalam era digital di Indonesia, dimana sekarang entertainment lebih mudah didapatkan dan dinikmati secara digital. Sebagai salah satu *platform* digital, *Most Viral Project* (MVP) juga hadir sebagai langkah dari Kevin Aprilio sebagai musisi

⁸ Hassim, *Revolusi Industri 4.0* (Jakarta: Penerbit Retrivedfrom, 2017).

⁹ S Kurniawan, *Memahami Marketing 4.0 Dalam Konteks Ekonomi Digital* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2017).

dan *Chief Executive Officer* (CEO) *Most Viral Project* (MVP) untuk memerangi pembajakan di industri musik Indonesia dan untuk memberikan hiburan dalam bentuk digital *content*.¹⁰

Berdasarkan dari paparan latar belakang di atas maka penulis menarik judul penelitian tentang ***Pengaruh Motivasi dan Pengembangan Karir Terhadap Minat Entrepreneur Pada Sistem Network Marketing Most Viral Project di Kota Manado.***

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas maka dapat di identifikasikan masalah sebagai berikut :

1. Bisnis seperti *Network Marketing* atau *Multi Level Marketing* (MLM) seperti saat ini banyak dibutuhkan sistem *Network Marketing* yang memiliki kualitas dan bekerja secara profesional sehingga sistem *Network Marketing* yang mereka kenalkan ke khalayak akan tepat sesuai target.
2. Klien atau Entrepreneur merupakan sasaran utama untuk terus maju dan bertahan dalam persaingan dunia usaha dan bisnis seperti saat ini.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi kejadian yang sudah dipaparkan, maka penulis menetapkan persoalan yang hendak di pecahkan pada penelitian. Batasan pertanyaan pada penelitian ini merupakan tentang Pengaruh Motivasi dan Pengembangan Karir Terhadap Minat Entrepreneur Pada Sistem Network Marketing Most Viral Project di Kota Manado.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

¹⁰ ‘Sumber Data Most Viral Project’, www.mostviralproject.com.

1. Apakah motivasi berpengaruh terhadap minat *Entrepreneur pada Sistem Network Marketing Most Viral Project* di Kota Manado?
2. Apakah pengembangan karir berpengaruh terhadap minat *Entrepreneur pada Sistem Network Marketing Most Viral Project* di Kota Manado?
3. Apakah motivasi dan pengembangan karir berpengaruh terhadap minat *Entrepreneur pada Sistem Network Marketing Most Viral Project* di Kota Manado?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh motivasi terhadap minat *Entrepreneur pada Sistem Network Marketing Most Viral Project* di Kota Manado
2. Pengaruh pengembangan karir terhadap minat *Entrepreneur pada Sistem Network Marketing Most Viral Project* di Kota Manado
3. Pengaruh motivasi dan pengembangan karir secara bersama-sama terhadap minat *Entrepreneur pada Sistem Network Marketing Most Viral Project* di Kota Manado?

F. Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah di sebutkan, maka dalam penelitian ini di harapkan berguna bagi lembaga dan bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan penulis.

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi akademis untuk menjadi bahan yang bisa dikaji ulang tentang Pengaruh Motivasi dan Pengembangan Karir Terhadap minat *Entrepreneur pada Sistem Network Marketing*.

2. Secara Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan motivasi bagi masyarakat untuk lebih meningkatkan minat terhadap Sistem *Network Marketing*.
- b. Penelitian ini juga dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

G. Definisi Operasional

1. Motivasi (X1) berasal dari kata motif diartikan sebagai daya upaya yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Motif menjadi aktif pada saat tertentu terutama bila kebutuhan untuk mencapai tujuan sangat dirasakan/mendesak.¹¹ Motivasi merupakan salah satu komponen yang paling penting dalam belajar namun sering kali sulit untuk diukur. Motivasi adalah suatu sugesti atau dorongan yang muncul karena diberikan oleh seseorang kepada orang lain atau diri sendiri. Motivasi juga dapat diartikan sebagai sebuah alasan yang mendasar sebuah perbuatan yang dilakukan oleh seseorang.¹²
2. Pengembangan Karir (X2) ditafsirkan beragam oleh para ahli sesuai disiplin ilmunya. Menurut Simamora karir adalah urutan aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan pekerjaan dan perilaku-perilaku, nilai-nilai, dan aspirasi seseorang selama rentang hidup orang tersebut. Perencanaan karir merupakan proses yang disengaja dimana dengan melaluinya seseorang menjadi sadar akan atribut-atribut yang berhubungan dengan karir personal dan serangkaian langkah sepanjang hidup memberikan sumbangan pemenuhan karir.¹³
3. Minat *entrepreneur* (Y) adalah kemampuan untuk memberanikan diri dalam memenuhi kebutuhan hidup, memajukan usaha atau menciptakan

¹¹ A. M Sadirman, *Interaksi Dan Motivasi Belajar Mengajar* (Jakarta: Rajawali Press, 2013).

¹² Hasibuan, *Motivasi Dan Deteksi Tumbuh Kembang Anak* (Yogyakarta: Gajah Mada, 2006).

¹³ Henry Simamora, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Yogyakarta: Penerbit STIE YKPN, 2001).

usaha baru dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri.¹⁴ Sementara Fuadi dalam Putra, menjelaskan minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha secara maksimal untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta berkemauan keras untuk belajar dari kegagalan.¹⁵

H. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1

No	Nama/Judul/Tahun	Pembahasan	Persamaan	Perbedaan
1.	Muhammad Hasby Iqomatul Haqq, Asnita Frida Sebayang, Meidy Haviz/ Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Entrepreneur (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung)/ 2015	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat <i>Entrepreneur</i>	Sama-sama meneliti tentang faktor-faktor dari minat <i>Entrepreneur</i>	Penelitian ini mengarah pada minat <i>Entrepreneur</i> dari Mahasiswa dan tidak membahas mengenai Sistem <i>Network Marketing</i> , tahun penelitian 2015, sedangkan saya meneliti tentang faktor yang mempengaruhi minat <i>Entrepreneur</i> terhadap Sistem <i>Network Marketing</i>
2.	Lieli Suharti dan Hani Sirine/ Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Niat Kewirausahaan (<i>Entrepreneurial Intention</i>)/ 2011	Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap Niat Kewirausahaan	Sama-sama meneliti tentang Faktor yang berpengaruh terhadap niat Kewirausahaan (<i>Entrepreneur</i>)	Penelitian ini lebih mengarah pada Niat Berwirausaha dari Mahasiswa dan tidak membahas mengenai minat

¹⁴ S. Wulandari, (2013). Pengaruh efikasi diri terhadap minat berwirausaha pada siswa kelas XII di SMK N 1 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. Diakses dari ejournal.unesa.ac.id.

¹⁵ R. A. Putra, (2012). Faktor-faktor Penentu Minat Mahasiswa Manajemen Untuk Berwirausaha. *Jurnal Manajemen*, 01(01), 1–15.

				terhadap Sistem <i>Network Marketing</i> , tahun penelitian ini 2011, sedangkan penelitian saya membahas tentang Faktor minat <i>Entrepreneur</i> terhadap sistem <i>Network Marketing</i>
No	Nama/Judul/Tahun	Pembahasan	Persamaan	Perbedaan
3.	Jhonij Sugiarto, Y. Bagus Wismanto, dan Cicilia Tanti Utami/ Efektivitas Pelatihan <i>Entrepreneurship</i> Skill Untuk Meningkatkan Minat Menjadi <i>Entrepreneur</i> / 2015	Pelatihan <i>Entrepreneur</i> skill untuk meningkatkan minat menjadi <i>Entrepreneur</i>	Sama-sama meneliti tentang Minat <i>Entrepreneur</i>	Penelitian ini mengarah kepada pelatihan untuk meningkatkan skill dan minat <i>Entrepreneur</i> , tahun penelitian ini 2015, sedangkan dalam penelitian saya mengarah pada Faktor yang mempengaruhi minat <i>Entrepreneur</i> terhadap Sistem <i>Network Marketing</i>
4.	Luh Kadek Budi Martini, Putu Kepramareni/ Pengembangan Karir pada Bisnis Multi Level-Marketing (MLM) Distributor Oriflame di Kota Denpasar/ 2014	Pengembangan Karir pada Bisnis Multi Level-Marketing (MLM) Distributor Oriflame	Sama-sama membahas mengenai Pengembangan karir dan bisnis multi level marketing, Teknik analisis Kuantitatif, memakai rumus regresi linear	Penelitian ini lebih mengarah pada bisnis oriflamme, tahun penelitian 2014, sedangkan saya meneliti bisnis dari <i>Most Viral Project</i> , (MVP). Tahun penelitian 2020

			berganda	
5.	Ahmad Sahlan/ Bisnis Multi Level Marketing (MLM)/ 2016	Bisnis Multi Level Marketing (MLM)	Sama-sama meneliti tentang Multi Level Marketing	Penelitian ini memakai metode penelitian kualitatif, tahun penelitian 2016, sedangkan saya memakai metode penelitian kuantitatif, tahun penelitian 2020

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Teoritis

1. Motivasi

a. Pengertian Motivasi

Motivasi berasal dari kata lain “*movere*” yang berarti dorongan atau daya penggerak. Motivasi adalah suatu perangsang keinginan (*want*) daya penggerak kemauan bekerja seseorang, setiap motif mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai. Menurut Hasibuan Motivasi mempersoalkan bagaimana cara mendorong gairah kerja bawahan, agar mereka mau bekerja keras dengan memberikan semua kemampuan dan keterampilan untuk mewujudkan tujuan perusahaan.¹⁶

Menurut Mangkunegara menyimpulkan bahwa ada hubungan yang positif antara motivasi dengan kinerja. Artinya individu yang mempunyai motivasi yang tinggi cenderung memiliki kinerja yang tinggi dan sebaliknya individu yang kinerjanya rendah disebabkan karena motivasi kerja yang rendah. Motivasi bekerja dalam Islam ialah menuntut setiap individu agar lebih mandiri menyikapi sesuatu yang berhubungan dengan diri sendiri serta bersikap proaktif. Suatu prestasi kerja dan keberuntungan tidak dapat diraih dengan mudah oleh seseorang, melainkan melalui usaha dan bekerja keras yang di barengi dengan sikap optimisme yang tinggi.¹⁷

b. Faktor-faktor Motivasi

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi motivasi menurut Sutrisno antara lain :

¹⁶Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Jakarta, Kharisma Putra Utama, 2009)

¹⁷ Anwar Prabu Mangkunegara, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan* (Bandung: PT. Remaja Rosadakarya Offset, 2017).

- 1) Faktor Intern, Faktor intern yang dapat mempengaruhi pemberian motivasi pada seseorang antara lain:¹⁸
 - a) Keinginan untuk dapat hidup
 - b) Keinginan untuk dapat memiliki
 - c) Keinginan untuk dapat memperoleh penghargaan
 - d) Keinginan untuk memperoleh pengakuan
 - e) Keinginan untuk Berkuasa
- 2) Faktor Ekstern, Faktor ekstern yang dapat mempengaruhi pemberian motivasi pada seseorang antara lain:
 - a) Kondisi Lingkungan Kerja
 - b) Kompensasi yang memadai
 - c) Supervisi yang baik
 - d) Adanya Jaminan Pekerjaan
 - e) Status dan Tanggung Jawab
 - f) Peraturan yang fleksibel

c. Pandangan Tentang Motivasi

Terdapat berbagai macam pandangan tentang motivasi, diantaranya:

1) Model Tradisional

Model ini mengisyaratkan bahwa manajer menentukan bagaimana pekerjaan-pekerjaan harus dilakukan dan digunakannya sistem pengupahan insentif untuk memotivasi para pekerja. Lebih banyak berproduksi, lebih banyak menerima penghasilan. Model ini menganggap bahwa para pekerja pada dasarnya malas dan hanya dapat termotivasi dengan penghargaan berwujud uang.

2) Model Hubungan Manusiawi

Kontrak-kontrak sosial pegawai pada pekerjaannya merupakan hal penting, bahwa kebosanan dalam tugas-tugas yang

¹⁸ H. Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Kencana Prenada Media Barat, 2015).

bersifat pengulangan adalah faktor-faktor pengurang motivasi. Manajer dapat memotivasi bawahan melalui pemenuhan kebutuhan-kebutuhan sosial mereka dan membuat mereka merasa berguna dan penting. Semisal, para karyawan diberi kebebasan membuat keputusan sendiri dalam pekerjaannya.

3) Model Sumber Daya Manusia

Model ini menyatakan bahwa para karyawan dimotivasi oleh banyak faktor, tidak hanya uang atau keinginan untuk mencapai kepuasan, tapi juga kebutuhan untuk berprestasi dan memperoleh pekerjaan yang berarti. Mereka berasalan bahwa kebanyakan orang telah dimotivasi untuk melakukan pekerjaan secara baik dan bahwa mereka tidak secara otomatis melihat pekerjaan sebagai sesuatu yang tidak dapat menyenangkan. Mereka mengemukakan bahwa para karyawan lebih menyukai pemenuhan kepuasan dari suatu prestasi kerja yang baik. Jadi, para karyawan dapat diberi tanggung jawab yang lebih besar untuk pembuatan keputusan-keputusan dan pelaksanaan tugas-tugas.¹⁹

d. Sumber Motivasi

Sumber motivasi digolongkan menjadi dua, yaitu sumber motivasi dari dalam diri (*intrinsik*) dan sumber motivasi dari luar (*ekstrinsik*).

- 1) Motivasi *Intrinsik* yang dimaksud dengan motivasi intrinsik adalah motif-motif yang menjadi aktif atau berfungsinya tidak perlu dirangsang dari luar, karena dalam diri setiap individu sudah ada dorongan untuk melakukan sesuatu. Itu sebabnya motivasi intrinsik dapat juga dikatakan sebagai bentuk motivasi yang di dalamnya aktivitas dimulai dan diteruskan berdasarkan suatu dorongan dari dalam diri dan secara mutlak berkaitan dengan aktivitas belajarnya.

¹⁹ George Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014).

- 2) Motivasi *Ekstrinsik* Motivasi ekstrinsik adalah motif-motif yang aktif dan berfungsi karena adanya perangsang dari luar. Motivasi *ekstrinsik* dapat juga dikatakan sebagai bentuk motivasi yang di dalamnya aktivitas dimulai dan diteruskan berdasarkan dorongan dari luar yang tidak terkait dengan dirinya.²⁰

e. Landasan Motivasi

Motivasi dalam Islam diantaranya ialah:

1. Keinginan untuk menjalankan segala perintah dan menjauhi segala larangan Nya.
2. Semangat dalam mendalami ilmu agama.
3. Bekerja keras untuk emndapat rejeki halal yang di ridhoi Nya
4. Keinginan untuk terhindar dari sifat sifat buruk.
5. Motivasi memelihara diri dari kemusyrikan, kemunafikan, dan kekufuran, dll²¹

Motivasi selayaknya menjurus pada hal hal yang baik, tidak sesuai jika mencari motivasi untuk hal yang tidak di ridhoi Allah, karena motivasi berarti “bergerak”, gerakan tersebut harus berupa perbaikan diri dan mencapai kualitas yang lebih baik sebagai hamba Allah. Allah senantiasa dekat dengan para hamba Nya, Allah memberi petunjuk bagi hamba Nya yang beriman pada Nya, Allah juga memerintahkan hamba Nya untuk senantiasa yakin dalam menjalani hidup dan yakin akan kehdupan di akherat nanti. Begitu pentingnya sebuah motivasi dalam kehidupan manusia hingga agama islam pun mengaturnya dalam beberapa ayat al-Qur’an dan Hadist, QS At Taubah: 40 tentang motivasi:

إِلَّا تَتَصَرَّوْهُ فَقَدْ نَصَرَهُ اللَّهُ إِذْ أَخْرَجَهُ الَّذِينَ كَفَرُوا ثَانِي اثْنَيْنِ إِذْ هُمَا فِي الْغَارِ إِذْ يَقُولُ لِصَاحِبِهِ لَا تَحْزَنْ إِنَّ اللَّهَ مَعَنَا فَأَنْزَلَ اللَّهُ

²⁰ ‘George Tery’.

²¹ Wahyudin Maguni1 dan Haris Maupa, *Teori Motivasi, Kinerja dan Prestasi Kerja dalam Al-Quran Serta Pleksibilitas Penerapannya pada Manajemen Perbankan Islam*, Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam, Volume 3, Nomor 1, Juni 2018.

سَكِينَتَهُ عَلَيْهِ وَأَيْدِهِ بِجُنُودٍ لَّمْ تَرَوْهَا وَجَعَلَ كَلِمَةَ الَّذِينَ كَفَرُوا
السُّفْلَىٰ وَكَلِمَةَ اللَّهِ هِيَ الْعُلْيَا وَاللَّهُ عَزِيزٌ حَكِيمٌ

“ Jikalau kamu tidak menolongnya (Muhammad) Maka Sesungguhnya Allah Telah menolongnya (yaitu) ketika orang-orang kafir (musyrikin Mekah) mengeluarkannya (dari Mekah) sedang dia salah seorang dari dua orang ketika keduanya berada dalam gua, di waktu dia Berkata kepada temannya: "Janganlah kamu berduka cita, Sesungguhnya Allah beserta kita." Maka Allah menurunkan keterangan-Nya kepada (Muhammad) dan membantunya dengan tentara yang kamu tidak melihatnya, dan AlQuran menjadikan orang-orang kafir Itulah yang rendah. Dan kalimat Allah Itulah yang Tinggi. Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana. Dalam menggunakan kata ”motivasi” adalah pendorongan suatu usaha yang disadari untuk mempengaruhi tingkah laku seseorang agar ia tergerak hatinya untuk bertindak melakukan sesuatu sehingga mencapai hasil atau tujuan tertentu.”

Dalam perspektif Islam para penganutnya sangat dianjurkan untuk memiliki motivasi belajar yang tinggi, sehingga dengan adanya motivasi belajar yang tinggi ilmu pengetahuan akan mudah didapat oleh penganutnya. Dalam menuntut ilmu, Islam tidak membedakan antara laki-laki dan perempuan, sebagai mana Hadits Rasulullah SAW :

“Menuntut ilmu adalah kewajiban bagi setiap muslim” (HR. Baihaqi).

Dari hadits di atas jelaslah, Islam ingin menekankan kepada umatnya bahwa memiliki semangat belajar yang tinggi sangat baik dan harus dilakukan.

f. Indikator Motivasi

1) Motivasi *Intrinsik*

Motivasi Intrinsik terdiri dari 3 indikator antara lain :

- a) *Feelings of Achievement* (prestasi pekerjaan)
- b) *Recognition* (pengakuan)
- c) *Increased Responsibility* (meningkatkan tanggung jawab)

2) Motivasi Ekstrinsik

Motivasi Ekstrinsik terdiri dari 3 indikator antara lain :

- a) *Pay* (kompensasi/upah)

- b) Status (kedudukan)
- c) *Working Conditions* (kondisi kerja)²²

2. Pengembangan Karir

a. Pengertian Pengembangan Karir

Pengembangan karir (*career development*) adalah suatu kondisi yang menunjukkan adanya peningkatan jenjang atau status seseorang dalam pekerjaannya. Hal-hal yang mendorong seseorang memilih pengembangan karir sebagai wirausaha, dapat diketahui melalui penilaian kepribadian khususnya pengalaman dan latar belakangnya.

Menurut Sumitro, pengalaman seperti yang dapat dilihat dari biografi seseorang, bermanfaat untuk melihat keterampilan, dan kompetensi untuk meningkatkan kewirausahaan, pengembangan nilai-nilai kewirausahaan, dan mendorong untuk mencetuskan ide-ide kewirausahaan. Pilihan pengembangan karir melalui wirausaha sebagai distributor *Multi Level Marketing* (MLM) diperlukan kreativitas dan inovasi. Seorang wirausaha dituntut keberanian mengambil risiko, mendorong perubahan dalam pengembangan karirnya. Hal ini memberikan beberapa pendapat yakni pertama, dipandang dari segi energi dan dorongan serta daya fisik yang kuat sehingga ingin berkarir sebagai wirausaha (distributor) *Multi Level Marketing* (MLM). Kedua, wirausaha, yang memulai pada usia tua, tidak memiliki masa karir yang panjang sebagaimana orang muda, walaupun mungkin lebih cepat berhasil karena faktor pengalaman.²³

Sedangkan menurut Hasibuan, pengembangan karir adalah perpindahan yang memperbesar tanggungjawab karyawan ke jabatan

²² Organization Gibson, dkk, *Behavior, Structure, Proseses* (McGraw-Hill: International Edition, 2011).

²³ Nana Sumitro, *Pengembangan Kualitas Sumber Daya Manusia* (Depok: Penerbit PIO Fakultas Psikologi UI, 2011).

yang lebih tinggi dalam sebuah organisasi sehingga kewajiban, hak dan status menjadi lebih besar.²⁴

b. Tujuan Pengembangan Karir

Terdapat 6 tujuan pengembangan karir yaitu Membantu dalam pencapaian tujuan individu dan perusahaan menurut Mangkunegara :

- 1) Membantu dalam pencapaian tujuan individu dan perusahaan
- 2) Menunjukkan hubungan kesejahteraan pegawai
- 3) Membantu pegawai menyadari kemampuan potensi mereka
- 4) Memperkuat hubungan antara pegawai dan perusahaan
- 5) Mengurangi turnover dan biaya kepegawaian
- 6) Mengurangi keuasangan profesi dan manajeria²⁵

c. Jenis-Jenis Pengembangan Karir

Jenis Pengembangan Karir Menurut Hasibuan mengatakan bahwa jenis-jenis pengembangan karir adalah sebagai berikut :

- 1) Bersifat sementara seorang karyawan dinaikkan jabatannya untuk sementara karena adanya jabatan yang kosong yang harus segera diisi, seperti pejabat dekan.
- 2) Bersifat tetap, seorang karyawan ditempatkan dari suatu jabatan ke jabatan yang lebih tinggi karena karyawan tersebut telah memenuhi syarat untuk dipromosikan.
- 3) Bersifat kecil, menaikkan jabatan seorang karyawan dari jabatan yang tidak sulit dipindahkan ke jabatan yang sulit yang meminta keterlambatan tertentu, serta adanya peningkatan wewenang, tanggung jawab, dan gaji.²⁶
- 4) Bersifat kering, seorang karyawan dinaikkan jabatannya ke jabatan yang lebih tinggi disertai dengan peningkatan pangkat,

²⁴ M Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia (Cetakan Kedelapan Belas, (Jakarta: PT. Bumi Askara, 2014).*

²⁵ 'Mangkunegara, Anwar Prabu'.

²⁶ Setiawan, *Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Lampung: IAIN Metro, 2017).*

wewenang, dan tanggung jawab tetapi tidak disertai dengan kenaikan gaji dan upah.

d. Indikator Pengembangan Karir

Adapun yang menjadi Indikator dalam pengembangan karir sebagai berikut :

1) Kesempatan Untuk Berkembang

Hal ini terjadi bila karyawan meningkatkan kemampuan misalnya melalui program pelatihan, pengambilan kursus/ penambahan gelar. Hal ini berguna bagi personalia dalam pengembangan sumber daya manusia bagi pencapaian karir karyawan.

2) Kesetiaan Organisasional

Kesetiaan pada organisasi dijadikan dasar dalam menentukan kemajuan karir seseorang. Kesetiaan pada organisasi dimana seseorang bertugas turut menentukan kemajuan karir yang bersangkutan.

3) Mentor dan Sponsor

Mentor merupakan orang yang menawarkan bimbingan karir informal. Sedangkan sponsor merupakan orang dalam organisasi yang dapat menciptakan kesempatan-kesempatan karir bagi orang lain, bila mentor dapat menominasikan karyawan-karyawan untuk kegiatan-kegiatan pengembangan karir maka ia menjadi sponsor. Seringkali yang menjadi sponsor karyawan adalah atasan mereka sendiri.²⁷

3. Minat Entrepreneur

a. Pengertian Minat

²⁷ Hani T. Handoko, *Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia* (Yogyakarta: BPFE, 2008).

Minat adalah suatu kecenderungan yang menetap dalam diri individu untuk merasa tertarik pada bidang tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam hal itu Individu yang berminat pada sesuatu hal akan mendorongnya untuk melakukan kegiatan tertentu tanpa paksaan. Perasaan tertarik dan senang ini dapat membuat seseorang untuk mulai dapat menikmati sesuatu yang dihadapi atau dikerjakannya.²⁸

Sedangkan menurut Slameto dalam Djaali, minat adalah rasa suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu diluar diri sendiri. Semakin besar hubungan semakin besar minatnya.²⁹

Selanjutnya, menurut Crown dan Crow dalam Djaali, menyampaikan bahwa minat yaitu sesuatu yang berhubungan dengan daya gerak yang mendorong kita cenderung atau merasa tertarik pada orang, benda atau kegiatan ataupun bisa berupa pengalaman yang efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.

Berdasarkan uraian pengertian di atas dapatlah disimpulkan bahwa minat merupakan suatu kondisi rasa suka, senang, tertarik atau kecenderungan untuk mengarahkan atau memberikan perhatian terhadap sesuatu, aktivitas, benda dan orang yang mana hal tersebut sangat berharga atau berarti bagi individu.

b. Pengertian *Entrepreneur* (Wirausaha)

Entrepreneur (wirausaha) istilah yang berasal dari bahasa Perancis *entreprendre*. artinya *to undertake* yaitu menjalankan, melakukan dan berusaha. Istilah ini pertama kali diperkenalkan oleh Richard Cantillon dan semakin populer ketika dipakai oleh ahli

²⁸ W.S. Winkel, *Psikologi Pengajaran*. (Jakarta: Grasindo, 2014)

²⁹ Djaali. *Psikologi Pendidikan*. (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012).

ekonomi Jean Baptise Say³⁰ untuk menggambarkan para pengusaha yang mampu memindahkan sumber-sumber daya ekonomi dari tingkat produktivitas rendah ke tingkat produktivitas yang lebih tinggi dan menghasilkan lebih banyak lagi atau lebih produktif.

Wirausaha juga merupakan istilah yang diterjemahkan dari kata *entrepreneur*. Wirausaha mempunyai arti seorang yang mampu memulai dan atau menjalankan usaha. Sedangkan Meredith dkk dalam Siswadi mengatakan bahwa para wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan bisnis, mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan daripadanya dan mengambil tindakan yang tepat guna memastikan sukses.³¹

Sedangkan minat berwirausaha menurut Yanto dalam Wulandari, adalah kemampuan untuk memberanikan diri dalam memenuhi kebutuhan hidup, memajukan usaha atau menciptakan usaha baru dengan kekuatan yang ada pada diri sendiri.³² Sementara Fuadi dalam Putra, menjelaskan minat berwirausaha adalah keinginan, ketertarikan, serta kesediaan untuk bekerja keras atau berkemauan keras untuk berusaha secara maksimal untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa merasa takut dengan resiko yang akan terjadi, serta berkemauan keras untuk belajar dari kegagalan.³³

Sedangkan menurut Santoso dalam Wulandari minat wirausaha adalah gejala psikis untuk memusatkan perhatian dan berbuat sesuatu

³⁰ Budiati, Y., Yani, T. E., & Universari, N. (2012). Minat mahasiswa menjadi wirausaha (studi pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas semarang). *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 14 (1) 89-101.

³¹ Y. Siswadi, (2013). Analisis faktor internal, faktor eksternal dan pembelajaran kewirausahaan yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam berwirausaha. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 13 (01) 1-17.

³² S. Wulandari, (2013). Pengaruh efikasi diri terhadap minat berwirausaha pada siswa kelas XII di SMK N 1 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. Diakses dari ejournal.unesa.ac.id.

³³ R. A. Putra, (2012). Faktor-faktor Penentu Minat Mahasiswa Manajemen Untuk Berwirausaha. *Jurnal Manajemen*, 01(01), 1–15.

terhadap wirausaha itu dengan perasaan senang karena membawa manfaat bagi dirinya.³⁴

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa minat berwirausaha merupakan ketertarikan seseorang terhadap kegiatan bisnis yang memerlukan keberanian dalam mengambil risiko untuk mendapatkan keuntungan. Seseorang yang berminat terhadap wirausaha menimbulkan langkah-langkah untuk menjadi wirausaha.

c. Faktor-faktor Minat *Entrepreneur*

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi seseorang untuk menjadi wirausaha berdasarkan beberapa pendapat para ahli. Basrowi membagi faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha menjadi 2 yaitu faktor internal dan faktor eksternal.³⁵

1) *Faktor Internal* yaitu segenap pikiran emosi dan persoalan dari dalam diri seseorang yang mempengaruhi minat sehingga tidak dapat dipusatkan atau faktor yang berasal dari dalam diri.

a) Motivasi

Motivasi merupakan proses psikologis yang mendasar, dan merupakan salah satu unsur yang dapat menjelaskan perilaku seseorang. Motivasi merupakan salah satu faktor penentu dalam pencapaian tujuan. Motivasi berhubungan dengan dorongan atau kekuatan yang berada dalam diri manusia. Motivasi berada dalam diri manusia yang tidak terlihat dari luar. Motivasi menggerakkan manusia untuk menampilkan tingkah laku ke arah pencapaian suatu tujuan tertentu.

b) Faktor Kemampuan

Kemampuan adalah suatu kecakapan seseorang dalam bidang tertentu, yang dapat diperoleh dari hasil belajar,

³⁴S. Wulandari, (2013).

³⁵Basrowi. *Pengantar Sosiologi*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014)

melalui pendidikan formal maupun pendidikan non formal, dengan adanya kemampuan dalam berwirausaha tentu akan menimbulkan minat berwirausaha

c) Perasaan Senang

Perasaan erat hubungannya dengan pribadi seseorang maka tanggapan perasaan seseorang terhadap sesuatu hal tidaklah sama antara orang yang satu dengan orang yang lain. Perasaan senang terhadap bidang wirausaha akan menimbulkan minat berwirausaha.

2) *Faktor eksternal* yaitu faktor yang berasal dari luar diri seseorang yang dapat mempengaruhi minatnya, yaitu:

a) Faktor Keluarga

Keluarga mempunyai peran penting dalam mempersiapkan anak untuk mencapai masa depan yang baik bagi diri sendiri, keluarga, dan masyarakat, dengan adanya dorongan dari orang tua dan keluarganya dapat mempengaruhi seseorang dalam memupuk minat berwirausaha. Selain dorongan keluarga, latar belakang keluarga merupakan salah satu faktor tumbuhnya minat berwirausaha.

b) Faktor Lingkungan Masyarakat

Faktor lingkungan yang mempengaruhi minat berwirausaha seperti lingkungan masyarakat serta nilai-nilai yang tumbuh dalam masyarakat tersebut, pergaulan dengan teman sebaya, surat kabar, televisi, dan lain-lain.

c) Faktor Lingkungan Sekolah

Sekolah merupakan lingkungan yang sangat potensial untuk mendorong anak didiknya dalam perkembangan minat.

d. Indikator Minat *Entrepreneur*

Menurut Yuhendri, mengatakan bahwa minat berwirausaha dapat diukur dengan beberapa cara antara lain: 1) membuat pilihan kerja; 2) merasa tertarik untuk berwirausaha; 3) merasa senang untuk berwirausaha; 4) berkeinginan untuk berwirausaha; 5) berani mengambil risiko untuk meraih sukses.³⁶

Sedangkan Menurut Agustini indikator minat berwirausaha adalah 1) kemauan keras untuk mencapai tujuan dan kebutuhan hidup; 2) keyakinan kuat atas kekuatan diri; 3) sikap jujur dan bertanggung jawab; 4) ketahanan fisik dan mental; 5) ketekunan dan keuletan dalam bekerja dan berusaha; 6) pemikiran yang kreatif dan konstruktif; 7) berorientasi ke masa depan; 8) berani mengambil resiko.³⁷

Berdasarkan uraian di atas maka disimpulkan bahwa indikator minat berwirausaha, yaitu: 1) Memilih jalur usaha daripada bekerja dengan orang lain 2) Memilih karir sebagai wirausaha 3) Berorientasi ke masa depan

4. Sistem *Network Marketing*

a. Pengertian Sistem *Network Marketing*

Sistem *Network Marketing* atau secara umum di kenal dengan *Multi Level Marketing* (MLM) adalah suatu metode bisnis *alternatif* yang berhubungan dengan pemasaran dan distribusi yang dilakukan melalui banyak *level* (tingkatan), yang biasa dikenal dengan istilah *Upline* (tingkat atas) dan *Downline* (tingkat bawah), orang akan disebut Upline jika mempunyai *Downline*. Inti dari bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) ini digerakkan dengan jaringan ini, baik

³⁶Yuhendri L.V. *Perbedaan Minat Berwirausaha Mahasiswa Ditinjau Dari Jenis Kelamin Dan Pekerjaan Orang Tua*, diakses dari SNEMA-2015,

³⁷F. Agustini, *Peningkatan Motivasi, hasil Belajar dan Minat Berwirausaha Siswa melalui Pembelajaran Kimia dengan Pendekatan Chemoentrepreneur*, (Semarang: PPS-UNS, 2007)

yang bersifat vertikal atas bawah maupun horizontal kiri kanan ataupun gabungan antara keduanya.³⁸

Menurut Harefa, *Multi Level Markleting* (MLM) adalah menjual atau memasarkan langsung suatu produk baik berupa barang atau jasa konsumen, sehingga biaya distribusi dari barang yang dijual atau dipasarkan tersebut sangat minim bahkan sampai titik nol yang artinya bahwa dalam bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) ini tidak diperlukan biaya distribusi. *Multi Level Marketing* (MLM) juga menghilangkan biaya promosi dari barang yang hendak dijual karena didistribusi dan promosi ditangani langsung oleh distributor dengan sistem berjenjang.

b. Sistem *Network Marketing* dalam Perspektif Islam

Pada dasarnya, hukum sistem *Network Marketing* atau yang lebih di kenal dengan *Multi Level Marketing* (MLM) ditentukan oleh bentuk muamalatnya. Jika muamalat yang terkandung di dalamnya adalah muamalat yang tidak bertentangan dengan syariat Islam, maka absahlah sistem *Network Marketing* tersebut. Namun, jika muamalatnya bertentangan dengan syariat Islam, maka haramlah sistem *Network Marketing* tersebut. Dalam sistem *Network Marketing* ada unsur jasa, artinya seorang distributor menjualkan barang yang bukan miliknya dan ia mendapatkan upah dari prosentasi harga barang dan jika dapat menjual sesuai target dia mendapat bonus yang ditetapkan perusahaan.

Memang pada dasarnya segala bentuk mu'amalah atau transaksi hukumnya boleh (*mubah*) sehingga ada argumentasi yang mengharamkannya. Islam mempunyai prinsip-prinsip tentang pengembangan sistem bisnis yaitu harus terbebas dari unsur *dharar* (bahaya), *jahalah* (ketidakjelasan) dan *zhulm* (merugikan atau tidak

³⁸ Ahmad Sabiq bin Abdul Latif Abu Yusuf, *Sekilas Tentang MLM*.

adil terhadap salah satu pihak).³⁹ Sistem pemberian bonus harus adil, tidak menzalimi dan tidak hanya menguntungkan orang yang di atas. Bisnis juga harus terbebas dari unsur MAGHRIB, singkatan dari lima unsur *Maysir* (judi), *Zhulm* (aniaya), *Gharar* (penipuan), haram, *Riba* (bunga), *Bathil*. Kalau kita ingin mengembangkan bisnis *Multi Level Marketing* (MLM), maka ia harus terbebas dari unsur-unsur di atas. Oleh karena itu, barang atau jasa yang dibisniskan serta tata cara penjualannya harus halal, tidak haram dan tidak *syubhat* serta tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syari'ah di atas.

Bisnis yang dijalankan dengan sistem *Network Marketing* tidak hanya sekedar menjalankan penjualan produk barang, tetapi juga jasa, yaitu jasa marketing yang berlevel-level (bertingkat-tingkat) dengan imbalan berupa marketing *fee*, bonus, *reward* dan sebagainya, tergantung prestasi, dan level seorang anggota. Jasa marketing yang bertindak sebagai perantara antara produsen dan konsumen. Dalam istilah fiqh Islam hal ini disebut *Samsarah / Simsar*. Kegiatan *samsarah* dalam bentuk distributor, agen, member atau mitra niaga dalam fiqh Islam termasuk dalam akad *ijarah*, yaitu suatu transaksi memanfaatkan jasa orang lain dengan imbalan, insentif atau bonus (*ujrah*).

Sama halnya seperti cara berdagang yang lain, strategi *Multi Level Marketing* (MLM) harus memenuhi rukun jual beli serta akhlak (etika) yang baik. Di samping itu komoditas yang dijual harus halal (bukan haram maupun syubhat), memenuhi kualitas dan bermanfaat. sistem *Network Marketing* tidak boleh memperjualbelikan produk yang tidak jelas status halalnya. Atau menggunakan modus penawaran (iklan) produksi promosi tanpa mengindahkan norma-norma agama dan kesusilaan. Sehingga, pada dasarnya sistem *Network Marketing* adalah muamalah yang prinsip dasarnya boleh (mubah) selagi tidak ada unsur *Riba'*, *Gharar*

³⁹ Andreas Harefa, *Multi Level Marketing* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000).

(penipuan), *Dhoror* (merugikan atau mendhalimi pihak lain), *Jahalah* (tidak transparan).⁴⁰

c. Jenis-jenis *Multi Level Marketing*

Menurut Setiawan, terdapat beberapa jenis *Multi Level Marketing*, yaitu sebagai berikut:

1) Sistem *Binary Plan*

Sistem *Binary Plan* ini mengutamakan pengembangan jaringan hanya dua leg saja dan mengutamakan keseimbangan jaringan. Semakin seimbang jaringan dan omset bisnis dalam perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) seperti ini, semakin besar bonus yang terima. Namun jika tidak seimbang, maka bonus-bonus tersebut mengalir deras ke dalam perusahaan. Biasanya sistem *Binary Plan* ini diusung perusahaan-perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM) yang dibuat oleh orang Indonesia. Biasanya perkembangan jaringan perusahaan yang menggunakan sistem *Binary Plan* relatif cepat sekali. Mitra-mitranya cepat mendapat bonus besar. Agar terlihat semakin mudah mendapatkan uang, mitra-mitra dari perusahaan seperti ini menerapkan aturan mendapatkan uang sebagai bonus dari perekrutan mitra yang mereka ajak (bonus sponsoring).

2) Sistem *Matrix*

Sistem *matrix* ini pengembangan jaringannya menggunakan konsep hanya tiga *frontline* saja dan begitu pula selanjutnya ke bawah. Jenis sistem ini muncul untuk mengakali sistem *binary* yang dianggap *money game*.

3) Sistem *Break Away*

⁴⁰ Tira Nur Fitri Agus Marimin, Abdul Haris Romdhoni, 'Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Dalam Pandangan Islam', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2.2, 111.

Sistem ini pengembangan jaringannya mengutamakan kebaruan. Semakin banyak *frontline*, semakin besar pula bonus yang diterima. Namun kelemahannya adalah seorang agen harus mengurus semuanya sendiri. Sistem ini juga memungkinkan *downline* untuk melebihi *upline*-nya. Bonus yang didapat mitranya biasanya kecil di awal, namun besar di peringkat atas. Dikarenakan bonus member di awal karirnya kecil, maka biasanya perusahaan seperti ini mengandalkan iming-iming bonus perekrutan.⁴¹

d. Strategi Pemasaran *Multi Level Marketing*

Dalam menjalankan bisnis MLM, seorang pebisnis MLM harus menjalankan empat langkah kongkret yang harus direalisasikan sebagai strategi pemasaran MLM, antara lain sebagai berikut :⁴²

1) Membangun Jaringan (*networks*)

Membangun jaringan dapat diwujudkan dengan proses penggandaan/duplikasi yang pelaksanaannya dapat melalui dua cara atau dua bentuk yaitu mendalam dan melebar. Membangun jaringan secara mendalam apabila proses penggandaan/duplikasi dilakukan secara mendalam (kebawah). Jaringan yang terbentuk dengan cara ini, bonus yang diterima hanya sekedar *royalti*. Sedangkan untuk memperoleh hasil maksimal, selain cara mendalam juga dilakukan melalui cara atau bentuk melebar. Melebar merupakan prestasi murni, dimana semakin besar *omzet* penjualan maka semakin besar komisi yang diterima. Sebab komisi ini diambil dari keuntungan produk, bukan dari uang pendaftaran.

2) Melakukan Pembinaan Kepada Setiap Distributor (mitra)

⁴¹ Setiawan.

⁴² Nita Nurjanah, *Pengaruh Strategi Pemasaran Multi Level Marketing (MLM) Terhadap Karakteristik Individu, Survei Pada Mitra PT. Veritra Santosa Internasional Komunitas Neo Red Team (NRT)Tanggerang Selatan* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2019).

Ibarat suatu tanaman, agar tumbuh dengan subur dan cepat berbuah perlu dipupuk dan menyingi rumput liar yang dapat mengganggu proses pertumbuhannya. Begitupun dengan jaringan yang dibangun, mereka tumbuh dan berbuah.

Kuatnya hubungan diantara mereka menjadi modal dasar kemitraan yang saling menguntungkan serta menjadi salah satu ciri keberhasilan dalam menjalankan bisnis ini. Pembinaan ini dapat dilakukan melalui berbagai cara diantaranya :⁴³

- a) Melakukan hubungan atau komunikasi terus-menerus, menanyakan kendala yang dihadapi dan memberikan solusinya, serta menawarkan bantuan yang sekiranya diperlukan dan memungkinkan.
- b) Mentoring, yaitu melakukan pengamatan, penilaian, evaluasi, dan memberikan suntikan motivasi.
- c) *Rewarding* atau menunjukkan penghargaan terhadap keberadaan mereka serta hasil atau upaya yang telah mereka lakukan.

3) Presentasi

Presentasi adalah sebuah pertemuan dalam rangka memberikan informasi secara benar dan lengkap mengenai bisnis MLM yang kita ikuti kepada orang lain atau prospek. Setiap distributor yang ingin membangun, membina dan terus mengembangkan jaringannya, maka pada gilirannya ia dituntut untuk mampu melakukan presentasi.

Secara umum hal yang sangat mendasar untuk menjadi presentator bisnis MLM yang berhasil dalam melakukan presentasinya sekurang-kurangnya meliputi :⁴⁴

- a) Memiliki kemampuan dalam berkomunikasi dan menerapkan teknik komunikasi yang baik dan benar.

⁴³ 'Nita Nurjanah'.

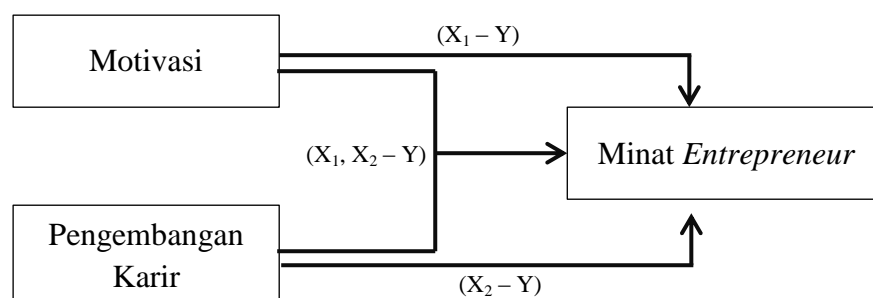
⁴⁴ 'Nita Nurjanah'.

- b) Menguasai persoalan bisnis MLM secara umum dan bisnis MLM yang dipresentasikan.
- c) Tidak kaku dan tegang serta sesekali menunjukkan sikap humoris.
- d) Memahami siapa saja audiensnya.
- e) Mengetahui kondisi ruangan atau tempat dimana presentasi diadakan.
- f) Mengetahui alat bantu apa saja yang dibutuhkan.
- g) Menunjukkan sikap yang menarik dan simpati.

e. Kerangka Berfikir

Berdasarkan judul penelitian “Pengaruh Motivasi dan Pengembangan Karir Terhadap Minat *Entrepreneur* pada *Sistem Network Marketing Most Viral Project* di Kota Manado”. Motivasi dan Pengembangan Karir memiliki pengaruh terhadap minat *entrepreneur* pada sistem *network marketing*, baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama. Karena ada hubungan yang positif antara motivasi dan Pengembangan Karir terhadap *entrepreneur* pada sistem *network marketing*. Artinya individu yang mempunyai motivasi serta pengembangan karir yang tinggi cenderung memiliki minat *entrepreneur* yang tinggi dan sebaliknya individu yang minat *entrepreneur* rendah disebabkan karena motivasi kerja dan pengembangan karir yang rendah. Dengan demikian uraian di atas dapat digambarkan dalam gambar berikut ini.

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



Perumusan hipotesis penelitian merupakan langkah ketiga dalam penelitian, setelah peneliti mengemukakan landasan teori dan kerangka berfikir. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.⁴⁵

Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik. Maka berdasarkan uraian teknis diatas, hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

- H1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antar Motivasi (X1) Terhadap Minat *Entrepreneur* (Y) pada *Sistem Network Marketing Most Viral Project* di kota Manado.
- H2 : Terdapat pengaruh yang signifikan antar Pengembangan Karir (X2) Terhadap Minat *Entrepreneur* (Y) pada *Sistem Network Marketing Most Viral Project* di kota Manado.
- H3 : Terdapat pengaruh yang signifikan antar Motivasi (X1) dan Pengembangan Karir (X2) Terhadap Minat *Entrepreneur* (Y) pada *Sistem Network Marketing Most Viral Project* di kota Manado.

⁴⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu

Tempat penelitian dilaksanakan di *Basecamp cafe and resto Bendito*, kawasan Mega Mas kota Manado dengan tim *work* dari *Most Viral Project*, waktu penelitian ini dilaksanakan selama 2 (Dua) bulan, mulai dari Oktober 2020 s/d November 2020.

B. Rancangan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka. Hal ini sesuai dengan pendapat yang mengemukakan penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya.⁴⁶

Penelitian ini menggunakan dua atau lebih variabel yaitu, Variabel X1 (Motivasi) dan variabel X2 (Pengembangan Karir) sebagai variabel bebas (*independent*), dan Variabel Y (Minat *Entrepreneur*) sebagai variabel terikat (*dependent*). Jenis penelitian ini digunakan untuk mengetahui apa yang mempengaruhi Minat *Entrepreneur* terhadap *Sistem Network Marketing*. Instrument pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner (angket).

C. Populasi dan sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang

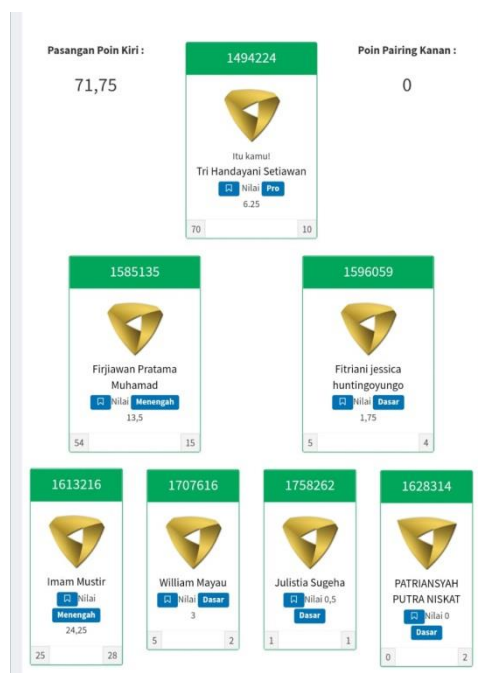
⁴⁶Arikunto S, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Edisi Revisi VI* (Jakarta: Rineka Cipta, 2016).

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁷

Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah member aktif dari *Most Viral Project* (MVP) di kota Manado yang berjumlah 100 orang. Dalam penelitian ini yang disebut member aktif adalah member yang secara individu sudah menjalani bisnis *network marketing Most Viral Project* (MVP) minimal selama 6 bulan serta berperan aktif dalam segala kegiatan yang diadakan *Most Viral Project* (MVP) di Kota Manado.

Gambar 3.1

Bagan Pohon Jaringan



Berdasarkan bagan pohon jaringan dari most viral project di atas merupakan bagian dari data member aktif yang termasuk dalam 100 orang populasi dari penelitian ini.

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: PT. Alfabet, 2016).

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.⁴⁸

Adapun dalam pengambilan sampel peneliti menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus representatif agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana.⁴⁹

Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen Kelonggaran Misalnya (5%)

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang, sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 5% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + N (e)^2} \\
 &= \frac{100}{1 + 100 (0,05)^2} \\
 &= \frac{100}{1 + 100 (0,0025)} \\
 &= \frac{100}{1 + 0,25} \\
 &= \frac{100}{1,25} \\
 &= 80
 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus slovin di atas maka sampel yang mejadi responden dalam penelitian ini di sesuaikan menjadi sebanyak 80 orang dari seluruh total member aktif *Most Viral Project* (MVP), hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data dan untuk hasil pengujian yang lebih baik.

D. Data dan Instrumen

1. Data

Adapun sumber data yang digunakan di dalam penelitian ini, sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden penelitian dengan menggunakan alat pengukuran berupa kuisisioner atau angket. Kuisisioner atau angket merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk diberikan respon sesuai dengan permintaan penggunaan.⁵⁰ Dalam penelitian ini

⁵⁰ Eko Putro Widoyoko, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012).

data primer diperoleh dari seluruh member aktif *Most Viral Project* di Kota Manado.

b. Data Sekunder

Merupakan data yang tidak secara langsung diperoleh oleh peneliti dari responden penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu berupa data yang diperoleh dari buku, jurnal, dan *website* yang terkait dengan penelitian ini. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi sejarah singkat dan perkembangan, visi misi, profil dan jumlah dari member aktif *Most Viral Project* Kota Manado.

2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian. Adapun instrumen pengukuran yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah Skala *Likert* 5 poin. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam Skala *Likert*, maka variabel akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.⁵¹

Berikut ini adalah Skala *Likert* yang akan digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3.1
Skala *Likert*

Respon	Point
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

⁵¹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2012).

Dalam penelitian ini instrumen penelitian berbentuk pernyataan dalam bentuk kuesioner atau angket yang akan diberi skor pada jawaban dari responden yang diasumsikan benar dan dapat dipercaya menurut skala *Likert*.⁵²

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data penelitian, meliputi: observasi dan kuesioner.⁵³ Karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data, tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.⁵⁴

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Observasi, dilakukan dengan mengamati dan mencatat informasi secara langsung untuk memperoleh gambaran dari masing-masing member aktif *Most Viral Project* di Kota Manado.
2. Kuesioner, ialah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan secara tertulis pada responden untuk dijawab.⁵⁵

Tabel 3.2

Kisi-kisi Kuesioner

Variabel	Indikator	Nomor Kuesioner
Motivasi (X1)	1) Prestasi Kerja	1, 2
	2) Pengakuan	3, 4
	3) Meningkatkan Tanggung Jawab	5, 6
	4) Kompensasi/Upah	7, 8
	5) Status (kedudukan)	9, 10

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

⁵³ Widoyoko.

⁵⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

⁵⁵ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*.

	6) Kondisi Kerja	11, 12
Pengembangan Karir (X2)	1) Kesempatan Untuk Berkembang	13, 14
	2) Kesetiaan Organisasional	15, 16
	3) Mentor dan Sponsor	17,18
Minat <i>Entrepreneur</i> (Y)	1) Memilih Jalur Usaha daripada Bekerja pada orang lain	19, 20
	2) Memilih karir sebagai wirausaha	21, 22
	3) Berorientasi pada masa depan	23, 24
	4) Perencanaan untuk memulai usaha	25, 26

Pernyataan Kuesioner Variabel X1 (Motivasi)

INDIKATOR MOTIVASI	NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
Prestasi Pekerjaan	1	Saya memiliki kecakapan dan pengalaman kerja yang dapat diandalkan					
	2	Saya mampu meraih prestasi yang di harapkan diri sendiri maupun perusahaan					
Pengakuan	3	Saya sering mendapatkan apresiasi/pengakuan ketika berhasil meraih prestasi					
	4	Apresiasi/pengakuan yang saya dapatkan memotivasi saya dalam menjalankan bisnis					
Meningkatkan Tanggung Jawab	5	Sebagai leader saya memiliki tanggung jawab atas keberhasilan member dalam tim kerja saya					
	6	Leader selalu memberikan arahan berupa informasi dan evaluasi kerja kepada seluruh member					
Kompensasi/Upah	7	Setiap member memilki kesempatan yang sama untuk memperoleh kompensasi berupa bonus					
	8	Kompensasi yang diterima sesuai dengan kinerja					
Status (kedudukan)	9	Saya bisa mendapat peringkat dari perusahaan berkat kerja sama tim					
	10	Dengan status peringkat yang saya peroleh dapat dijadikan motivasi bagi tim kerja lainnya					
INDIKATOR MOTIVASI	NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
Kondisi Kerja	11	Saya bisa membagi waktu dari pekerjaan utama saya dan bisnis MLM yang saya jalani saat ini					
	12	Saya bisa memberikan solusi kepada tim kerja saya apabila mereka mengalami kesulitan					

Pernyataan Variabel X2 (Pengembangan Karir)

INDIKATOR PENGEMBANGAN KARIR	NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
Kesempatan Untuk Berkembang	13	Setiap member diberikan kesempatan yang sama untuk meningkatkan karir melalui pelatihan					
	14	Saya sering mengikuti pelatihan guna menambah pengetahuan dan keahlian dalam menjalankan bisnis					
Kesetiaan Organisasional	15	Setiap member memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan					
	16	Setiap member wajib menjaga nama baik diri dan perusahaan					
Mentor dan Sponsor	17	Keberhasilan saya dalam menjalankan bisnis tidak lepas dari peran seorang mentor dan sponsor					
	18	Mentor dan sponsor mempunyai peran aktif bagi member dalam proses pengembangan karir					

Pernyataan Variabel Y (Minat *Entrepreneur*)

INDIKATOR MINAT <i>ENTREPRENEUR</i>	NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
Memilih Jalur Usaha daripada Bekerja pada orang lain	19	Menginginkan pekerjaan yang mandiri (Independence)					
	20	Menginginkan pekerjaan yang memiliki kebebasan (Freedom)					
Memilih karir sebagai wirausaha	21	Menginginkan pekerjaan yang lebih menantang					
	22	Memiliki kemampuan (kapabilitas) yang dipersyaratkan untuk sukses sebagai wirausaha					
Berorientasi kepada masa depan	23	Mengharapkan penghasilan yang besar					
	24	Mengharapkan sukses dalam hidup					
Perencanaan untuk memulai usaha	25	Saya memulai bisnis saya dari orang terdekat terlebih dahulu					
	26	Saya terus menjalin komunikasi dan sharing kepada mitra di jaringan saya					

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Pada penelitian ini, dalam menganalisis data hasil penelitian menggunakan metode statistik inferensial.⁵⁶ Dalam proses menganalisis data penelitian, peneliti menggunakan aplikasi *Statistical Product And Service Solution* (SPSS) versi 25 yaitu sebuah aplikasi (*software*) yang digunakan untuk menganalisis data penelitian.

1. Uji Kualitas Data

a) Uji Validitas

Uji validitas adalah teknik untuk menguji keabsahan data dalam suatu penelitian. Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat di laporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.⁵⁷

b) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas yaitu pengujian yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur ini dapat digunakan. Instrumen dapat dikatakan reliabel apabila alat ukur tersebut dapat menunjukkan hasil-hasil yang konsisten, dengan begitu reliabilitas menunjukkan sejauh mana pengukuran dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda. Suatu instrument

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.

dapat dikatakan reliable atau tidak dapat dilihat berdasarkan nilai *Cronbach alpha* yang dibandingkan dengan r pada taraf kesalahan tertentu. Jika suatu nilai *Cronbach alpha* $> r$ tabel maka instrument tersebut reliable dan dapat digunakan untuk sebuah penelitian.⁵⁸

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan yang harus dipenuhi oleh peneliti pada analisis regresi linear berganda. Adapun beberapa uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

a) Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Nilai regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Dalam penelitian ini menggunakan metode P Plot (*Probability Plot*). Dasar pengambilan keputusannya yaitu apabila data atau titik menyebar disekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal maka data dikatakan berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas merupakan uji yang bertujuan untuk melihat apakah pada variabel-variabel independen dalam persamaan regresi linier berganda mempunyai korelasi yang erat satu sama lainnya. Cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas yaitu dengan cara dilihat berdasarkan nilai *tolerance* dan faktor inflasi variansi atau lebih

⁵⁸ Agus Purwoto, *Panduan Laboratorium Statistik Inferensial* (Jakarta: Grasindo, 2007).

dikenal dengan *Variance Inflation Factors* (VIF).⁵⁹ Jika nilai VIF masih kurang dari 10, gejala multikolinearitas tidak terjadi.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji ada tidaknya kesamaan variabel residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Uji ini dapat menggunakan *Scatter Plot*. Sumbu X adalah nilai prediksi ZPRED (nilai prediksi) dan sumbu Y adalah nilai ZRESID (nilai residualnya). Jika grafik menunjukkan adanya pola tertentu dari titik-titik yang ada, maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas. Akan tetapi, jika tidak membentuk pola tertentu maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.⁶⁰

d) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t sebelumnya pada model regresi linier yang digunakan, Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Dalam model regresi yang baik adalah tidak terjadi autokorelasi.⁶¹

e) Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis regresi linear. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05.

⁵⁹ Douglas A Lind, *Teknik-Tektik Statistika Dalam Bisnis Dan Ekonomi Menggunakan Kelompok Data Global* (Jakarta: Salemba Empat, 2007).

⁶⁰ Purwoto.

⁶¹ Muhammad Nisfiannoor, *Pendekatan Statistika Modern Untuk Ilmu Sosial* (Jakarta: Salemba Empat).

3. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang dilakukan untuk mengukur kekuatan hubungan antara 2 atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Regresi merupakan suatu alat ukur yang juga digunakan untuk mengukur ada atau tidaknya korelasi atau hubungan antar variabel. Regresi berganda seringkali digunakan untuk mengatasi permasalahan analisis regresi yang mengakibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas. Rumus yang digunakan dalam metode analisis regresi berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + \dots + B_nX_n + e$$

Keterangan:

- Y = nilai yang diprediksikan
- a = konstanta atau bilangan harga $X = 0$
- b = koefisien regresi
- X = nilai variabel independen
- e = faktor pengganggu (*error atau disturbance*)

4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan dari masing-masing koefisien regresi variabel bebas (*independent variable*) terhadap variabel terikat (*dependent variable*), maka digunakan uji statistik sebagai berikut :

- a. Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi merupakan suatu ukuran yang menunjukkan besar sumbangan dari variabel penjelas terhadap variabel respon. Kegunaan koefisien determinasi adalah mengukur besar proporsi (presentase) dari jumlah ragam Y yang diterangkan oleh model regresi atau untuk mengukur besar sumbangan variabel penjelas X terhadap ragam variabel respon Y.⁶²

b. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk membuktikan apakah variabel mempengaruhi variabel *dependent*. Keputusan menerima atau menolak hipotesis yang ada adalah jika nilai sig < 0,05 atau t hitung > t tabel, maka hipotesis diterima. Tapi jika nilai sig > 0,05 atau t hitung < t tabel, maka hipotesis ditolak.⁶³

c. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel *independent* yaitu motivasi dan pengembangan karir bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent* yaitu sistem network marketing. Jika nilai F hitung > F tabel maka hipotesis diterima atau secara bersama-sama variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya secara serentak. Untuk mengetahui signifikan atau tidak pengaruh secara bersama-sama

⁶² Dergibson Siagian dan Sugiarto, *Metode Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000).

⁶³ Yudhy Wicaksono, *Aplikasi Excel Dalam Menganalisis Data* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2011).

variabel bebas terhadap variabel terikat maka digunakan *probability* sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).⁶⁴

⁶⁴ Yusri, *Ilmu Pragmatik Dalam Perspektif Kesopanan Berbahasa* (Yogyakarta: Deepublish, 2016).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum *Most Viral Project*

1. Sejarah *Most Viral Project* (MVP)

Berkembangnya era digital menjadi penanda suatu kemajuan di dunia, karena internet bisa membuka batas-batas informasi baru yang semakin luas dan dengan jangkauan seluruh dunia tanpa ada kesulitan. Hal tersebut menjadi kesempatan bagi musisi-musisi seluruh dunia dari berbagai umur, kalangan dan negara, bahkan dari musisi baru hingga musisi profesional semua bisa mempromosikan karyanya di internet dan dilihat semua orang di dunia, kesempatan distribusi yang luas dan murah bahkan gratis semakin terbuka lebar sehingga menimbulkan keinginan orang-orang untuk bebas mendistribusikan dan memodifikasi karya kreatifnya dengan memanfaatkan internet atau yang dikenal sebagai konsep open source atau *free culture*.⁶⁵

Industri musik yang mengandalkan bentuk rekaman fisik tergilas oleh industri musik dalam format digital. Industri musik tanah air pernah mengalami masa keemasan pada periode 1990-an dengan puncak penjualan album music yang mencapai 77,5 juta kopi.

Resesi ekonomi pada 1998 sempat menyusutkan angka penjualan menjadi 41,6 juta kopi. Meski demikian, kembali meningkat dengan pencapaian 64,5 juta kopi di tahun 1999. Selepas tahun 2000, industri music di Tanah Air mulai lesu dan terus merosot hingga saat ini. Bahkan, penjualan rekaman musik pada 2011 hingga 2013 tercatat rata-rata hanya 5 juta keeping per tahun (kompas, 27/11).

Pasar kaset, Cd, dan DVD terus merosot, antara lain, juga sebagai akibat bergesernya cara konsumsi dan gaya hidup konsumen. Faktor lain

⁶⁵ Michael Tristan, Teguh Priyo Sadono, and Rustono Farady Marta, 'Disintermediasi Industri Musik Melalui Konstruksi Pengguna Akhir *Most Viral Project*', *ETTISAL : Journal of Communication*, 4.1 (2019), 35 <<https://doi.org/10.21111/ettisal.v4i1.2969>>.

yang mempercepat lumpuhnya industri musik konvensional ini antara lain juga akibat kemudahan teknologi yang mendorong maraknya pembajakan.

Model pembajakan ini tak hanya berupa penggandaan rekaman dalam bentuk kaset, CD, atau DVD ilegal. Lebih dari itu, masyarakat demikian mudah menggandakan musik dari format cakram ke bentuk digital untuk kemudian dibagikan secara bebas dan terbuka di internet.⁶⁶

Perubahan gaya hidup masyarakat mengakibatkan berbagai media yang sebelumnya melekat dalam keseharian menjadi tidak relevan lagi. Kaset, CD, DVD sangat mungkin tidak lagi mendominasi, tetapi akan tetap bertahan dan beradaptasi seperti piringan hitam yang sempat berjaya di masa silam.

Permasalahan tersebut di atas mendasari Kevin Aprilio untuk mendirikan sebuah wadah yang mampu menghidupkan kembali industry music di Indonesia, khususnya penjualan hasil rekaman secara fisik, dan memanfaatkan perkembangan teknologi internet secara tepat. PT. Multi Viral Perkasa merupakan langkah awal Kevin Aprilio untuk mewujudkan hal tersebut. PT. Multi Viral Perkasa, yang selanjutnya disebut perseroan adalah sebuah perusahaan yang didirikan berdasarkan Akta Notaris No. 246.- tertanggal 22 November 2017 oleh Notaris Netty Maria Machdar, SH, berkedudukan di Jakarta, bergerak di bidang produksi, distribusi CD Musik berbasis online, yang disebut MVP.

Terdapat empat hal yang menjadi ciri khas utama pada aplikasi Most Viral Project yaitu, promosi penjualan digital dipengaruhi oleh gaya hidup dan juga keputusan pembelian konsumen, bentuk promosi penjualan yang dikemas dalam bentuk digital lebih digemari daripada yang berbentuk fisik, dan perubahan bentuk penjualan ditujukan sebagai bentuk pergerakan untuk mengurangi pembajakan musik di dunia, serta

⁶⁶ Tristan, Sadono, and Marta.

penjualan Digital Music dengan jenis bisnis Multi Level Marketing (MLM).⁶⁷

2. Profil *Most Viral Project*

Most Viral Project (MVP) adalah startup yang bergerak dibidang layanan Digital *Entertainment*, dan didukung platform digital sebagai layanannya. Dengan *platform* berbasis website, *Most Viral Project* (MVP) mencoba membangun produk dan layanan konsumen dengan sistem dan *platform* yang besar, merancang industri kreatif dibidang *Entertainment* dan teknologi.

- a. Nama Perusahaan : PT. Multi Viral Perkasa
- b. CEO : Kevin Aprilio
- c. Alamat : Plaza Karinda Blok B 1 No 3 Jl. Karang
Tengah Raya Lebak Bulus Jakarta Selatan
- d. Member MVP Aktif : 80 orang

3. Visi dan Misi *Most Viral Project*

a. Visi Perusahaan

Menjadi perusahaan penyedia konten digital yang dapat mencakup berbagai jenis layanan.

b. Misi Perusahaan

- 1) Memudahkan transaksi kebutuhan primer.
- 2) Membantu struktur *Entertainment* di Indonesia (pembajakan lagu, kurangnya apresiasi dalam dunia ekonomi kreatif, dll)
- 3) Meningkatkan *value* akan produk-produk kreatif di Indonesia.
- 4) Menyambungkan rantai yang terputus antara produsen dan konsumen di bidang digital dan *entertainment*.
- 5) Mensejahterakan kehidupan para pelaku digital dan *entertainment* di Indonesia dan dunia kedepannya.

4. Jenjang Karir

⁶⁷ Tristan, Sadono, and Marta.

- a. Executive, seorang member aktif yang berhasil merekrut 1 member sebelah kanan dan 1 member sebelah kiri.
- b. 1 Star Executive, seorang member yang berhasil merekrut member sebanyak 25 orang member kiri dan kanan
- c. 2 Star Executive, seorang member yang berhasil merekrut member 150 member aktif kiri dan kanan.
- d. 3 Star Executive, seorang member yang berhasil merekrut 850 member masing-masing kiri dan kanan.
- e. Diamond Executive, seorang yang berhasil merekrut member sebanyak 4,000 orang di tiap-tiap kiri dan kanan.
- f. Diamond Elite, seorang member yang berhasil merekrut sebanyak 15,000 orang kiri dan kanan.

B. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Responden

Responden pada penelitian ini adalah member aktif *Most Viral Project* di Kota Manado yang berjumlah 100 orang yang dijadikan sebagai populasi sedangkan 80 orang yang dijadikan sampel pada penelitian ini. Pemberian dan pengumpulan kuesioner dilakukan menggunakan *Google Form* yang dibagikan menggunakan link kepada seluruh responden yang berlangsung pada bulan Desember 2020.

- a. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentse %
Pria	35	43,80%
Wanita	45	56,30%
Total	80	100,00%

(Sumber : Data Primer yang diolah 17 Januari 2021)

Data pada tabel di atas tentang distribusi responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan 80 member aktif *Most viral Project* Kota Manado yang menjadi responden pada penelitian ini, sebanyak 35 (35%) berjenis kelamin pria, sedangkan 45 (45%) berjenis kelamin wanita.

b. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.2
Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Presentase %
SD	2	2,5
SMP	5	6,3
SMA/SMK, Sederajat	58	72,5
S1/D3	15	18,8
Total	80	100,0

(Sumber : Data primer yang diolah 17 Januari 2021)

Data tabel tentang distribusi responden berdasarkan pendidikan terakhir dari 80 member aktif *Most Viral Project* Kota Manado yang menjadi responden dalam penelitian ini, yakni sebanyak 2 dari sekolah dasar (SD) dengan jumlah persentase 2,5%, sebanyak 5 dari sekolah menengah pertama (SMP) dengan jumlah persentase sebanyak 6,3%, sebanyak 58 dari SMA, SMK sederajat dengan jumlah persentase sebanyak 72,5%, dan sisanya sebanyak 15 dari S1/D3 dengan jumlah persentase 18,8%.

c. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3
Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Presentse %
Pelajar/Mahasiswa	23	28,8
Ibu Rumah Tangga	7	8,8
Wiraswasta/Wirusaha	27	33,8
Networking	7	8,8

Entrepreneur	12	15,0
Security	1	1,3
Honorer	1	1,3
Perawat	1	1,3
Pekerjaan	Frekuensi	Presentse %
Anggota TNI	1	1,3
Total	80	100,0

(Sumber : data primer yang diolah 17 januari 2021)

Data pada tabel tentang distribusi responden berdasarkan pekerjaan dari 80 member aktif *Most Viral Project* Kota Manado yang menjadi responden pada kegiatan penelitian ini, terdapat 23 (28,8%) dari kalangan pelajar/mahasiswa, 7 (7%) ibu rumah tangga (IRT), 27 (27%) dari kalangan wiraswasta/wirausaha, 7 (7%) dari kalangan networking, 12 (12%) dari kalangan *entrepreneur*, dan 1 (%) dari kalangan security, honorer, perawat, dan anggota TNI.

2. Deskripsi Data Statistik

a. Variabel X1 (Motivasi)

Tabel 4.4
Data Variabel X1 (Motivasi)

No	Variabel X1	Penilaian				
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
1	X1.1	56	24	0	0	0
2	X1.2	41	30	9	0	0
3	X1.3	41	25	10	4	0
4	X1.4	28	25	18	9	0
5	X1.5	27	17	19	17	0
6	X1.6	61	18	1	0	0
7	X1.7	37	27	8	8	0
8	X1.8	14	46	20	0	0
9	X1.9	48	22	10	0	0
10	X1.10	38	36	6	0	0
11	X1.11	42	29	9	0	0
12	X1.12	32	28	13	0	0
	Total	465	327	123	38	0
	Presentase (%)	48,7	34,3	12,9	3,9	0

(Sumber: data primer yang diolah 17 Januari 2021)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat dari 80 responden member MVP bahwa sebagian responden memilih jawaban “sangat setuju” terhadap point-point pernyataan variabel X1 (Motivasi) yang peneliti berikan dalam bentuk kuesioner yaitu berjumlah 465 point atau 48,7%. Sedangkan responden yang menjawab setuju berjumlah 327 point atau 34,3%, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 123 point atau 12,9%, responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 38 point atau 3,9%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 0 point atau 0 %.

b. Deskripsi Variabel X2 (Pengembangan Karir)

Tabel 4.5
Data Variabel X2 (Pengembangan Karir)

No	Variabel X2	Penilaian				
		SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
1	X2.1	25	40	15	0	0
2	X2.2	50	27	2	1	0
3	X2.3	58	17	4	1	0
4	X2.4	33	33	14	0	0
5	X2.5	46	32	1	1	0
6	X2.6	54	26	0	0	0
	Total	266	175	36	3	0
	Presentase (%)	55,4	36,4	7,5	0,62	0

(sumber: data primer yang diolah 17 Januari 2021)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat dari 80 responden member MVP bahwa sebagian responden memilih jawaban “sangat setuju” terhadap point-point pernyataan variabel X2 (Pengembangan Karir) yang peneliti berikan dalam bentuk kuesioner yaitu berjumlah 266 point atau 55,4%. Sedangkan sisanya responden yang menjawab setuju berjumlah 175 point atau 36,4%, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 36 point atau 7,5%, responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 3 point atau 0,62%, dan

responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 0 point atau 0%.

c. Deskripsi Variabel Y (*Minat Entrepreneur*)

Tabel 4.6
Data Variabel Y (*Minat Entrepreneur*)

No	Variabel Y	Penilaian				
		SS	S	KS	TS	STS
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1	Y1	45	30	5	0	0
2	Y2	34	30	14	1	1
3	Y3	36	37	6	1	0
4	Y4	46	25	8	1	0
5	Y5	34	32	12	2	0
6	Y6	39	25	15	1	0
7	Y7	52	24	2	2	0
8	Y8	54	21	5	0	0
	Total	340	224	67	8	1
	Presentase (%)	53,1	35	10,4	1,2	0,1

(Sumber: data primer yang diolah 17 Januari 2021)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat dari 80 responden member MVP bahwa sebagian responden memilih jawaban “sangat setuju” terhadap data point-point pernyataan variabel Y (*Minat Entrepreneur*) yang peneliti berikan dalam bentuk kuesioner yaitu berjumlah 340 point atau 53,1%. Sedangkan sisanya responden yang menjawab ”setuju” berjumlah 224 point atau 35%, responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 67 point atau 10,4%, responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 8 point atau 1,2%, dan responden yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 0 point atau 0%.

3. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Data yang telah dikumpulkan dengan cara penyebaran kuesioner yang berisi point-point pernyataan sesuai dengan variabel akan diuji validitasnya agar dapat mengetahui setiap pernyataan yang dimuat dalam kuesioner itu layak digunakan atau tidak.

Berikut adalah hasil pengujian validitas berdasarkan hasil kuesioner untuk ketiga variabel yang akan diteliti.

1) Variabel Motivasi (X1)

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Instrumen X₁

No	Item Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	p-value	Ket
1	X1.1	0.517	0.219	0.000	Valid
2	X1.2	0.381	0.219	0.000	Valid
3	X1.3	0.582	0.219	0.000	Valid
4	X1.4	0.812	0.219	0.000	Valid
5	X1.5	0.746	0.219	0.000	Valid
6	X1.6	0.358	0.219	0.001	Valid
7	X1.7	0,725	0,219	0.000	Valid
8	X1.8	0,406	0,219	0,000	Valid
9	X1.9	0,466	0,219	0,000	Valid
10	X1.10	0,609	0,219	0,000	Valid
11	X1.11	0,392	0,219	0,000	Valid
12	X1.12	0,783	0,219	0,000	Valid

(Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 25)

Hasil uji validitas pada variabel motivasi (X1) sebagaimana tabel di atas menunjukkan bahwa ke-12 item pernyataan yang di sebarakan melalui instrumen semuanya memperoleh hasil yang valid, karena nilai r-hitung dari masing-masing item berada lebih besar dari nilai r-tabel (0,219). Sehingga dengan demikian disimpulkan bahwa semua item tersebut valid dan dapat disertakan dalam proses perhitungan selanjutnya.

2) Variabel Pengembangan Karir (X2)

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Instrumen X2

No	Item Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	p-value	Ket
1	X2.1	0,595	0,219	0,000	Valid
2	X2.2	0,604	0,219	0,000	Valid
3	X2.3	0,233	0,219	0,038	Valid
4	X2.4	0,396	0,219	0,000	Valid
5	X2.5	0,638	0,219	0,000	Valid
6	X2.6	0,468	0,219	0,000	Valid

(Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 25)

Hasil uji validitas pada variabel Pengembangan Karir (X2) sebagaimana tabel di atas menunjukkan bahwa ke-6 item pernyataan yang di sebarakan melalui instrumen semuanya memperoleh hasil yang valid, karena nilai r-hitung dari masing-masing item berada lebih besar dari nilai r-tabel (0,219). Sehingga dengan demikian didimpulkan bahwa semua item tersebut valid dan dapat disertakan dalam proses perhitungan selanjutnya.

3) Variabel Minat Entrepreneur (Y)

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Instrumen Y

No	Item Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	p-value	Ket
1	Y.1	0,355	0,219	0,001	Valid
2	Y.2	0,711	0,219	0,000	Valid
3	Y.3	0,507	0,219	0,000	Valid
4	Y.4	0,473	0,219	0,000	Valid
5	Y.5	0,587	0,219	0,000	Valid
6	Y.6	0,664	0,219	0,000	Valid
7	Y.7	0,407	0,219	0,000	Valid
8	Y.8	0,371	0,219	0,000	Valid

(Sumber: data primer yang diolah 17 Januari 2021)

Hasil uji validitas pada variabel Minat Entrepreneur (Y) sebagaimana tabel di atas menunjukkan bahwa ke-7 item

pernyataan yang di sebarakan melalui instrumen semuanya memperoleh hasil yang valid, karena nilai r-hitung dari masing-masing item berada lebih besar dari nilai r-tabel (0,219). Sehingga dengan demikian disimpulkan bahwa semua item tersebut valid dan dapat disertakan dalam proses perhitungan selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

1) Variabel Motivasi (X1)

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,823	12

(Sumber: data primer yang diolah 17 Januari 2021)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's alpha* pada variabel motivasi (X1) adalah 0,823 dengan nilai lebih besar dari 0.60, sehingga dapat dikatakan item pertanyaan pada variabel tersebut dinyatakan Reliabel atau memenuhi persyaratan.

2) Variabel Pengembangan Karir (X2)

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,340	6

(Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 25)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's alpha* pada variabel pengembangan karir (X2) adalah 0,340 dengan nilai lebih besar dari 0.60, sehingga dapat dikatakan item pertanyaan pada variabel tersebut adalah reliabel atau konsisten.

3) Variabel Minat Entrepreneur (Y)

4.12
Hasil Uji Reliabilitas X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,614	8

(Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 25)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's alpha* pada variabel Minat Entrepreneur (Y) adalah 0,614 dengan nilai lebih besar dari 0.60, sehingga dapat dikatakan item pertanyaan pada variabel tersebut adalah Reliabel atau memenuhi persyaratan.

4. Uji Asumsi Klasik

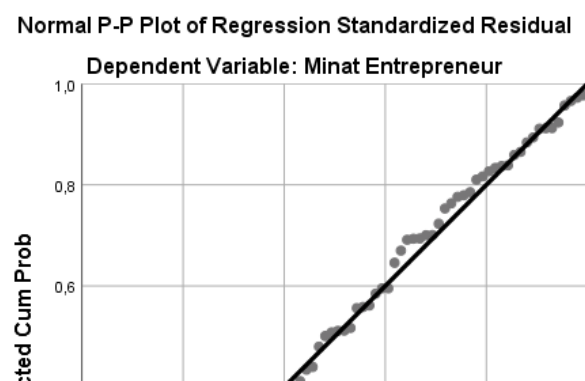
a. Uji Normalitas Data

Uji ini di gunakan untuk Digunakan untuk melihat apakah data yang dipakai dalam penelitian ini terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Dalam penelitian ini uji normalitas akan digunakan dengan 2 cara, yaitu:

1) Analisis Grafik (*normal probability*)

Gambar 4.1



(Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 25)

Dari gambar di atas dapat dilihat bahwa plotting data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka kesimpulannya model regresi memenuhi asumsi normal.

2) Kolmogorov-Smirnov

Selanjutnya, untuk lebih meyakinkan, mendeteksi normalitas data dapat dilakukan dengan uji K-S. Caranya adalah dengan menentukan terlebih dahulu hipotesis pengujian. Dalam penelitian ini, hipotesis yang dimaksud adalah Hipotesis Nol (H_0) yaitu data terdistribusi normal. H_0 diterima bila nilai dari uji K-S lebih besar dari probabilitas signifikansi pada $\alpha = 5\%$.

Tabel 4.13
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,61253987

Most Extreme Differences	Absolute	,056
	Positive	,046
	Negative	-,056
Test Statistic		,056
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

(Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 25)

Dari hasil di atas, besarnya nilai Kolmogorov-Smirnov adalah sebesar 0,056 dengan signifikansi sebesar 0,200. Karena nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,200 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas menunjukkan adanya hubungan antara variabel bebas dalam model regresi. Model regresi yang baik tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas. Pendeteksian ada atau tidaknya multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai VIF. Apabila nilai VIF < 10, maka model regresi bebas dari multikolinieritas.

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIP
1	(Constant)		
	Motivasi	,901	1,110
	Pengembangan Karir	,901	1,110

(Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 25)

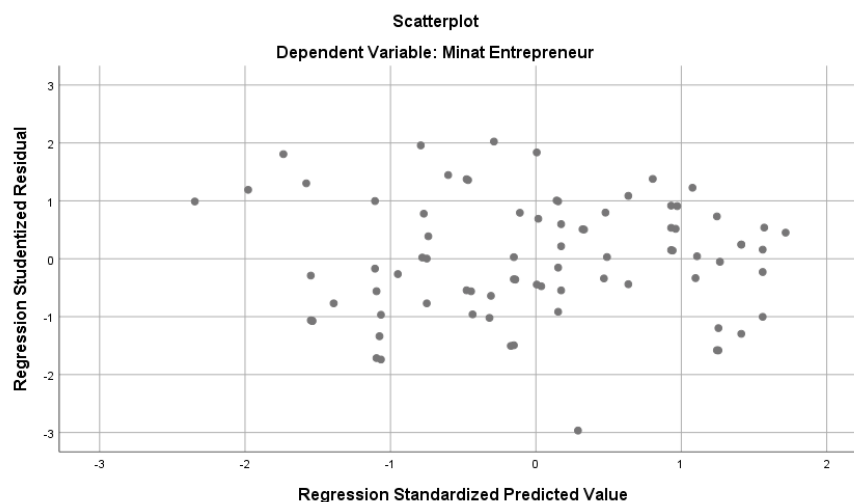
Dari tabel di atas, terlihat bahwa nilai Tolerance untuk variabel motivasi (X1) dan variabel Pengembangan Karir (X2) adalah lebih besar dari angka 0,10 yaitu = 0,901. Sementara nilai VIP untuk variabel motivasi (X1) dan variabel Pengembangan Karir (X2), yakni 1,110 lebih kecil dari angka 10,00. Sehingga dapat dikatakan tidak terjadi gangguan multikolinieritas atau

dengan kata lain model regresi bebas dari gejala multikolinieritas. Dengan demikian asumsi non multikolinieritas pada model regresi tidak terpenuhi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedasitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedasitas. Regresi yang baik adalah yang homokedasitas.

Gambar 4.2
Scatterplot



(Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 25)

Berdasarkan hasil dari *scatter plot* tampak bahwa *scatter plot* antara SRESID dan ZPRED yang terbentuk menyebar tidak memiliki pola tertentu atau menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y serta di kanan dan kiri pada sumbu X. Hal ini menandakan bahwa pada model regresi sudah tidak terjadi hubungan antara variabel bebas dengan nilai residual. Dengan demikian asumsi non heterokedasitas model regresi terpenuhi.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi biasanya digunakan dalam model regresi linear. Tujuannya yaitu untuk mencari tahu apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu di periode t dengan pengganggu di periode sebelumnya ($t-1$). Jika saat pengujian hasilnya terjadi korelasi, berarti terdapat masalah autokorelasi. Terdapat 4 cara uji autokorelasi SPSS yang bisa dicoba, yaitu: 1) **Uji Durbin-Watson**; 2) **Uji Lagrange Multiplier**; 3) **Uji Statistik Q**; dan 4) **Uji Run Test**. Selanjutnya dalam penelitian ini akan di gunakan **Uji Autokorelasi Durbin-Watson**, dengan hasil yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Autokorelasi Durbin-Watson

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,512 ^a	,262	,243	2,646	1,829
a. Predictors: (Constant), Pengembangan Karir, Motivasi					
b. Dependent Variable: Minat Entrepreneur					

(Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 25)

Berdasarkan tabel di atas, di ketahui nilai Durbin-Watson (d) adalah sebesar 1,829. Jika dibandingkan dengan nilai tabel Durbin-Watson pada sig 5% dengan rumus $(K ; N)$, dimana jumlah variabel independen $(K) = 2$, dan jumlah sampel $(N) = 80$, maka berdasarkan tabel Durbin-Watson $(2 ; 80)$, maka angka yang diperoleh $DU = 1,688$ dan $(4-DU) = 4 - 1,688 = 2,312$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah atau gejala autokorelasi.

e. Uji Linieritas

1) Motivasi ke Minat Entrepreneur

Tabel 4.16
Hasil Uji Linieritas X1 ke Y

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat	Between	(Combined)	342,364	20	17,118	2,600	,002

Entrepreneur * Motivasi	Groups	Linearity	179,259	1	179,259	27,222	,000
		Deviation from Linearity	163,105	19	8,584	1,304	,216
	Within Groups		566,819	59	6,585		
	Total		730,887	79			

(Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 25)

Dari output di atas diperoleh nilai f-hitung sebesar 1,304 lebih kecil dari F-tabel sebesar 2,69. Jika melihat nilai probabilitas maka diketahui nilai signifikansi pada *Deviation from Linearity* sebesar $0,216 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara variabel X_1 (Motivasi) terhadap variabel Y (Minat Entrepreneur)

2) Pengembangan Karir ke Minat Entrepreneur

Tabel 4.17
Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Entrepreneur * Pengembangan Karir	Between Groups	(Combined)	164,069	8	20,509	2,569	,016
		Linearity	57,195	1	57,195	7,164	,009
		Deviation from Linearity	106,874	7	15,268	1,912	,080
	Within Groups		566,819	71	7,983		
	Total		730,887	79			

Dari output di atas diperoleh nilai f-hitung sebesar 1,912 lebih kecil dari F-tabel sebesar 2,14. Jika melihat nilai probabilitas maka diketahui probabilitas sebesar $0,080 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara variabel X_2 (Pengembangan Karir) terhadap variabel Y (Minat Entrepreneur).

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan dengan Motivasi (X_1) dan Pengembangan Karir (X_2) sebagai variabel bebas serta Minat

Entrepreneur (Y) sebagai variabel terikat. Adapun rumus regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Tabel 4.18
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16,478	4,606		3,577	,001
	Motivasi	,245	,056	,452	4,382	,000
	Pengembangan Karir	,229	,172	,137	1,332	,187

(Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 25)

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 16,478 + 0.245 X_1 + 0,229 X_2$$

Keterangan :

X1 : Motivasi

X2 : Pengembangan Karir

Y : Minat Entrepreneur

Dari persamaan regresi linear berganda di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai Konstanta (a) sebesar 16,478, menyatakan bahwa apabila tidak terdapat variabel motivasi dan pengembangan karir terhadap minat entrepreneur sebesar 16,478.
- b. Koefisien regresi variabel motivasi (X1) adalah sebesar 0.245, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan nilai dari motivasi mengalami kenaikan 1 poin, maka nilai dari Minat Entrepreneur akan mengalami kenaikan juga sebesar 0.245 atau 24,5%. Begitu pula sebaliknya, jika variabel independen lain nilainya tetap dan nilai dari motivasi mengalami penurunan 1 poin, maka nilai dari variabel Minat Entrepreneur akan mengalami penurunan sebesar 0.245 poin. Dalam hal ini

pengaruh dari variabel independen motivasi adalah berbanding lurus dengan Minat Entrepreneur, artinya semakin meningkat motivasi, maka nilai Minat Entrepreneur juga akan semakin meningkat, begitu pula sebaliknya.

- c. Koefisien regresi variabel Pengembangan Karir (X_2) adalah sebesar 0,229, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan nilai dari Pengembangan Karir mengalami kenaikan 1 poin, maka nilai dari Minat Entrepreneur akan mengalami kenaikan sebesar 0,229 atau 22,9%. Begitupula sebaliknya, jika variabel independen lain nilainya tetap dan nilai dari Pengembangan Karir mengalami penurunan 1 poin, maka nilai dari variabel Minat Entrepreneur akan mengalami penurunan sebesar 0,229 poin. Dalam hal ini pengaruh dari variabel independen Pengembangan Karir adalah berbanding lurus dengan Minat Entrepreneur, artinya semakin meningkat Pengembangan Karir, maka nilai Minat Entrepreneur juga akan semakin meningkat, begitu pula sebaliknya.

6. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa baik garis regresi sesuai dengan data aktualnya (*goodness of fit*). Koefisien determinasi ini mengukur presentase total variasi variabel dependen Y yang dijelaskan oleh variabel independen di dalam garis regresi.

Tabel 4.19
Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,512 ^a	,262	,243	2,646
a. Predictors: (Constant), Pengembangan Karir, Motivasi				
b. Dependent Variable: Minat Entrepreneur				

(Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 25)

Berdasarkan tabel di atas didapatkan koefisien determinasi antara kedua variabel tersebut sebesar 0,262 atau 26,2%. Artinya variabel minat entrepreneur dapat dijelaskan oleh variabel motivasi dan pengembangan karir sebesar 26,2% sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti. Dengan kata lain, kontribusi atau pengaruh variabel independent (motivasi dan pengembangan karir) terhadap variabel dependen (minat entrepreneur) adalah sebesar 26,2% sedangkan sisanya adalah 73,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

b. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Berikut adalah hasil perhitungan berdasarkan data yang diperoleh:

Tabel 4.20
Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16,478	4,606		3,577	,001
	Motivasi	,245	,056	,452	4,382	,000

	Pengembangan Karir	,229	,172	,137	1,332	,187
--	--------------------	------	------	------	-------	------

(Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 25)

Hipotesis 1 :

- 1) $H_0 : \beta_1 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara Motivasi (X1) terhadap Minat Entrepreneur (Y).
- 2) $H_1 : \beta_1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh antara Motivasi (X₁) terhadap Minat Entrepreneur (Y).

Dari tabel di atas menunjukkan nilai t-hitung dari motivasi sebesar 4,382, dengan nilai probabilitas adalah 0.000, selanjutnya dengan bantuan Microsoft Excel 2010, maka diperoleh nilai t-tabel untuk $df = n - k = 80 - 3 = 77$ adalah sebesar 1,664 dengan taraf signifikansi 5%, karena nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($4,382 > 1,664$) dan nilai probabilitas (0.000) jauh lebih kecil dari 0,05 atau ($p\text{-value } 0,000 < 0,005$). Oleh karena itu dapat dinyatakan adalah H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara Motivasi (X1) terhadap Minat Entrepreneur (Y). Maka keputusan adalah Hipotesis 1 diterima.

Hipotesis 2 :

- 1) $H_0 : \beta_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara Pengembangan Karir (X2) terhadap Minat Entrepreneur (Y).
- 2) $H_1 : \beta_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh antara Pengembangan Karir (X2) terhadap Minat Entrepreneur (Y).

Dari tabel di atas menunjukkan nilai t-hitung dari pengembangan karir sebesar 1,332, dengan nilai probabilitas adalah 0,187, selanjutnya dengan bantuan Microsoft Excel 2016, maka diperoleh nilai t-tabel untuk $df = n - k = 80 - 3 = 77$ adalah sebesar 1,664. karena nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel ($1,332 < 1,664$) dan nilai probabilitas (0,187) jauh lebih besar dari 0,05 atau (p-value $0.187 > 0.05$). Oleh karena itu dapat dinyatakan adalah H_0 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara pengembangan Karir (X2) terhadap Minat Entrepreneur (Y), maka keputusan Hipotesis 2 ditolak.

c. Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Hipotesis 3:

- 1) $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh antara motivasi (X1) dan pengembangan karir (X2) terhadap minat Entrepreneur (Y).
- 2) $H_1 : \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh antara motivasi (X1) pengembangan karir (X2) terhadap minat Entrepreneur (Y).

Tabel4.21
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	191,684	2	95,842	13,687	,000 ^b
	Residual	539,204	77	7,003		
	Total	730,887	79			
a. Dependent Variable: Minat Entrepreneur						
b. Predictors: (Constant), Pengembangan Karir, Motivasi						

(Sumber: data primer diolah menggunakan SPSS 25)

Dari tabel di atas menunjukkan nilai F-hitung sebesar 13,687, dengan probabilitas 0,000. Setelah menggunakan bantuan Microsoft Excel 2010, maka diperoleh nilai F-tabel

untuk $df_1 = 3 - 1 = 2$, dan $df_2 = 80 - 3 = 77$ adalah sebesar 3,12. karena nilai F-hitung lebih besar dari F-tabel ($13,687 > 3,12$) dan nilai probabilitas (0.000) jauh lebih kecil dari 0,05, atau (p-value $0.000 < 0.05$), maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi Minat Entrepreneur, atau dengan kata lain, Motivasi (X_1) dan Pengembangan Karir (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Entrepreneur (Y). Oleh karena itu keputusannya adalah **H_0 ditolak** atau Hipotesis 3 diterima

C. Pembahasan

Adapun pembahasan hasil penelitian berdasarkan pengolahan data yang dapat peneliti uraikan dalam bab ini, sebagai berikut:

1. Pengaruh motivasi terhadap Minat *Entrepreneur* Pada Sistem Network Marketing Most Viral Project

Secara teori motivasi adalah suatu perangsang keinginan (*want*) daya penggerak kemauan bekerja seseorang, setiap motif mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai. Mangkunegara menyimpulkan bahwa ada hubungan yang positif antara motivasi dengan kinerja. Artinya individu yang mempunyai motivasi yang tinggi cenderung memiliki kinerja yang tinggi dan sebaliknya individu yang kinerjanya rendah disebabkan karena motivasi kerja yang rendah. Jadi, suatu prestasi kerja tidak dapat diraih dengan mudah oleh seseorang, melainkan tanpa adanya sebuah motivasi dari dalam maupun luar dirinya yang dapat menggerakkan individu untuk melakukan usaha yang maksimal.⁶⁸ Sementara minat *entrepreneur* (wirausaha) merupakan ketertarikan seseorang terhadap kegiatan bisnis yang memerlukan keberanian dalam mengambil risiko untuk mendapatkan keuntungan.

Motivasi dan minat *entrepreneur* merupakan dua variabel yang memiliki hubungan satu dengan yang lainnya, karena seseorang

⁶⁸ W.S. Winkel, *Psikologi Pengajaran*. (Jakarta: Grasindo, 2014)

yang berminat terhadap wirausaha didorong oleh beberapa faktor yang diantaranya adalah motivasi, sehingga menimbulkan akan menimbulkan langkah-langkah dalam diri seseorang untuk menjadi wirausahawan.

Uraian diatas di dukung oleh hasil penelitian bahwa nilai t -hitung lebih besar dari t -tabel ($4,382 > 1,664$) dan nilai probabilitas ($0,000$) jauh lebih kecil dari $0,05$ atau (p -value $0,000 < 0,005$). Ini artinya bahwa terdapat pengaruh signifikan antara Motivasi (X_1) terhadap Minat Entrepreneur (Y). Sehingga dengan demikian hipotesi pertama sebagaimana yang terdapat dalam bab sebelumnya pada penelitian ini dapat diterima, yakni terdapat pengaruh yang signifikan antar motivasi (X_1) terhadap minat *entrepreneur* (Y) pada *Sistem Network Marketing Most Viral Project* di kota Manado.

2. Pengaruh pengembangan karir terhadap Minat *Entrepreneur* Pada Sistem Network Marketing Most Viral Project

Pengembangan karir (*career development*) adalah suatu kondisi yang menunjukkan adanya peningkatan jenjang atau status seseorang dalam pekerjaannya. Sementara hal-hal yang mendorong seseorang memilih pengembangan karir di dunia wirausaha, dapat diketahui melalui penilaian kepribadian khususnya pengalaman dan latar belakangnya. Pengalaman yang dimaksudkan disini menurut Sumitro seperti yang dilihat dari biografi seseorang, bermanfaat untuk melihat keterampilan, dan kompetensi untuk meningkatkan kewirausahaan, pengembangan nilai-nilai kewirausahaan, dan mendorong untuk mencetuskan ide-ide kewirausahaan.⁶⁹

Salah satu pilihan pengembangan karir yang di bahas dalam penelitian ini adalah pengembangan karir di bidang wirausaha sebagai distributor *Multi Level Marketing* (MLM), dan tentunya usaha ini diperlukan kreativitas dan inovasi, karena seorang

⁶⁹ Nana Sumitro, *Pengembangan Kualitas Sumber Daya Manusia* (Depok: Penerbit PIO Fakultas Psikologi UI, 2011).

wirausaha dituntut harus memiliki keberanian dalam mengambil risiko, mendorong perubahan dalam pengembangan karirnya.

Sehingga, dari uraian ini, awalnya dapat disimpulkan bahwa pengembangan karir memiliki pengaruh terhadap minat *Entrepreneur* (wirausaha), namun setelah melakukan penelitian ini, diperoleh hasil bahwa nilai t-hitung dari pengembangan karir sebesar 1,332, dengan nilai probabilitas adalah 0,187. Sedangkan nilai t-tabel sebesar 1,664. Oleh karena nilai t-hitung yang diperoleh lebih kecil dari t-tabel ($1,332 < 1,664$) dan nilai probabilitas ($0,187 > 0,05$). Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh pengembangan Karir (X2) terhadap Minat Entrepreneur (Y), pada Sistem Network Marketing Most Viral Project, maka demikian hipotesis dua sebagaimana yang diuraikan dalam bab sebelumnya, yakni terdapat pengaruh yang signifikan Pengembangan Karir (X2) Terhadap Minat *Entrepreneur* (Y) pada *Sistem Network Marketing Most Viral Project* di kota Manado, tidak dapat diterima (ditolak).

3. Pengaruh Motivasi dan pengembangan karir terhadap Minat *Entrepreneur* Pada Sistem Network Marketing Most Viral Project

Motivasi dan pengembangan karir di yakini memiliki pengaruh terhadap Minat *Entrepreneur*, dan setelah dilakukan uji Koefisien Regresi secara simultan di peroleh hasil nilai F-hitung sebesar 13,687, dengan probabilitas 0,000. Kemudian setelah menggunakan bantuan Microsoft Excel 2010, maka diperoleh nilai F-tabel untuk $df1 = 3 - 1 = 2$, dan $df2 = 80 - 3 = 77$ adalah sebesar 3,12. Oleh karena nilai F-hitung lebih besar dari F-tabel ($13,687 > 3,12$) dan nilai probabilitas (0.000) jauh lebih kecil dari 0,05, atau ($p\text{-value } 0.000 < 0.05$), maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat *entrepreneur*, atau dengan kata lain, Motivasi

(X1) dan Pengembangan Karir (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Entrepreneur (Y).

Oleh karena itu kesimpulan awal dalam Hipotesis 3, yakni terdapat pengaruh yang signifikan antar Motivasi (X1) dan Pengembangan Karir (X2) Terhadap Minat *Entrepreneur* (Y) pada *Sistem Network Marketing Most Viral Project* di kota Manado, dapat diterima.

Dengan demikian berdasarkan uraian di atas, diperoleh hasil pembahasan dalam penelitian ini bahwa variabel motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat *entrepreneur* (Y) pada *Sistem Network Marketing Most Viral Project* di kota Manado. Sedangkan variabel pengembangan karir tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat *entrepreneur* (Y) pada *Sistem Network Marketing Most Viral Project* di kota Manado. Namun secara bersamaan variabel motivasi dan pengembangan karir memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat *entrepreneur* (Y) pada *Sistem Network Marketing Most Viral Project* di kota Manado. Ini artinya secara parsial pengaruh pengembangan karir terhadap minat *entrepreneur* (Y) pada *Sistem Network Marketing Most Viral Project* di kota Manado tidak ada pengaruh, namun pengaruh pengembangan karir terhadap minat *entrepreneur* (Y) dapat terlihat jika di uji secara bersama-sama (simultan) dengan variabel motivasi.

Selanjutnya berdasarkan hasil yang diperoleh koefisien determinasi atau R Square adalah 0.262 artinya 26,2 % variabel terikat yaitu Minat *Entrepreneur* (Y) variasinya dapat dijelaskan oleh variabel motivasi (X1) dan pengembangan karir (X2), sisanya sebesar 73,8% dijelaskan oleh variabel di luar variabel yang digunakan. Ini artinya pengaruh variabel motivasi (X1) dan pengembangan karir (X2) terhadap minat *entrepreneur* (Y), hanya sebesar 26,2 %. Dengan demikian masih ada 73,8% pengaruh dari luar yang perlu di ungap selain dari kedua variabel tersebut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Motivasi dan minat *entrepreneur* merupakan dua variabel yang memiliki hubungan satu dengan yang lainnya, karena seseorang yang berminat terhadap wirausaha didorong oleh beberapa faktor yang

diantaranya adalah motivasi, sehingga menimbulkan akan menimbulkan langkah-langkah dalam diri seseorang untuk menjadi wirausahawan. Hal ini di dukung oleh hasil penelitian, dimana nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ($4,382 > 1,664$) dan nilai probabilitas (0.000) jauh lebih kecil dari 0,05 atau (p-value $0,000 < 0,005$). Ini artinya bahwa terdapat pengaruh signifikan Motivasi (X1) terhadap Minat Entrepreneur (Y). pada *Sistem Network Marketing Most Viral Project* di kota Manado

2. Adapun pengaruh pengembangan karir memiliki pengaruh terhadap minat *Entrepreneur* (wirausaha), setelah melakukan penelitian ini, diperoleh hasil bahwa nilai t-hitung dari pengembangan karir sebesar 1,332, dengan nilai probabilitas adalah 0,187. Sedangkan nilai t-tabel sebesar 1,665. Oleh karena nilai t-hitung yang diperoleh lebih kecil dari t-tabel ($1,332 < 1,664$) dan nilai probabilitas (0,187) jauh lebih besar dari 0,05 atau (p-value $0,187 > 0,05$). Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh pengembangan Karir (X2) terhadap Minat Entrepreneur (Y), pada *Sistem Network Marketing Most Viral Project*, di kota Manado,
3. Uji Koefisien Regresi secara simultan menunjukkan bahwa hasil nilai F-hitung sebesar 13,687, dengan probabilitas 0,000. Kemudian setelah menggunakan bantuan Microsoft Excel 2010, maka diperoleh nilai F-tabel untuk $df1 = 3 - 1 = 2$, dan $df2 = 80 - 3 = 77$ adalah sebesar 3,12. Oleh karena nilai F-hitung lebih besar dari F-tabel ($13,687 > 3,12$) dan nilai probabilitas (0.000) jauh lebih kecil dari 0,05, atau (p-value $0,000 < 0,05$), maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat *entrepreneur*, atau dengan kata lain, Motivasi (X₁) dan Pengembangan Karir (X₂) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Entrepreneur (Y).

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, dari penelitian ini penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi Pegiat Usaha MLM

Motivasi dalam pengembangan minat *entrepreneur* pada *Sistem Network Marketing Most Viral Project*, merupakan variabel yang sangat penting di miliki oleh para pelaku wirausaha ini. Apalagi di sertai dengan pengembangan karir. Oleh karena itu sebagai wirausaha yang ingin memiliki masa depan yang cerah, maka harus membangkitkan motivasi dalam diri serta memiliki pengembangan karir yang jelas.

2. Bagi Akademisi

Semoga penelitian ini dapat bahan referensi dan bahan pertimbangan sebagai acuan dalam penelitian yang akan datang terkait dengan motivasi serta pengembangan karir dan minat *entrepreneur* pada *Sistem Network Marketing Most Viral Project*, selain bersumber dari jurnal, buku, dan referensi-referensi lain yang sudah ada serta dapat menjadi dokumentasi perpustakaan khususnya dalam kajian ilmu manajemen pemasaran.

3. Bagi Penelitian Mendatang

Bagi penelitian selanjutnya dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Dan juga dapat menambah jumlah sampel pada angkatan lain maupun fakultas lain sehingga objek penelitiannya lebih luas lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Sabiq bin Abdul Latif Abu Yusuf, *Sekilas Tentang MLM*
- Agus Marimin, Abdul Haris Romdhoni, Tira Nur Fitri, 'Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 2.2, 111
- Arikunto S, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Edisi Revisi VI* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006)
- Ekaningrum, Indri F, 'Kajian Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi The Boundaryless Camreer Pada Abad Ke 21', *Jurnal Visi*, IX.1, 256
- Effendi, Wiranto J. C, Johnny A. F. Kalangi, and Danny D. S. Mukuan, 'Pengaruh Multi Level Marketing Terhadap Penjualan Produk Serum Vitamin C Salisa', *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9.3 (2019), 73
<<https://doi.org/10.35797/jab.9.3.2019.25516.73-82>>
- Firyanti, Izza, and Farah Oktafani, 'Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berbisnis Dengan Sistem Multi Level Marketing (Studi Kasus: Member PT . Melia Sehat Sejahtera)', *E-Proceeding of Management*, 2.1 (2015), 716–23
- Gibson, dkk, *Organization, Behavior, Structure, Proseses* (McGraw-Hill: International Edition, 2009)
- Gage, Randy, *How To Build A Multi Level Money Machine* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004)
- George Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen* (Jakarta: Bumi Aksara, 1996)
- H. Edy Sutrisno, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Kencana Prenada Media Barat, 2015)
- Hani T. Handoko, *Manajemen Personalia Dan Sumber Daya Manusia* (Yogyakarta: BPFE, 2008)
- Harefa, Andreas, *Multi Level Marketing* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000)
- Hassim, *Revolusi Industri 4.0* (Jakarta: Penerbit Retrivedfrom, 2017)
- Hasibuan, M, *Manajemen Sumber Daya Manusia (Cetakan Kedelapan Belas)* (Jakarta: PT. Bumi Askara, 2014)
- Kotler. P, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2012)

- Kurniawan, S, *Memahami Marketing 4.0 Dalam Konteks Ekonomi Digital* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2017)
- Luh Kadek Budi Martini Putu Kepramareni, 'PENGEMBANGAN KARIR PADA BISNIS MULTI LEVEL-MARKETING (MLM) DISTRIBUTOR ORIFLAME DI KOTA DENPASAR Luh Kadek Budi Martini Putu Kepramareni', *Jurnal Juima*, 4.2 (2014), 1–10
- Mangkunegara, Anwar Prabu, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan* (Bandung: PT. Remaja Rosadakarya Offset, 2002)
- Muslich, Ahmad Wardi, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Penerbit Amzah, 2015)
- Nita Nurjanah, *Pengaruh Strategi Pemasaran Multi Level Marketing (MLM) Terhadap Karakteristik Individu, Survei Pada Mitra PT. Veritra Santosa Internasional Komunitas Neo Red Team (NRT)Tangerang Selatan* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2019)
- Putra, R. A, Faktor-faktor Penentu Minat Mahasiswa Manajemen Untuk Berwirausaha. *Jurnal Manajemen*, 01(01), 1–15. (2012)
- Sufren, *Belajar Otodidak SPSS* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2014)
- Sigih Santoso, *Statistik Multiyariat Konsep Dan Aplikasi Dengan SPSS* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2010)
- Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2012)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016)
- Sumber Data Most Viral Project', *Www.Mostviralproject.Com*
- Setiawan, *Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah* (Lampung: IAIN Metro, 2017)
- Sumitro, Nana, *Pengembangan Kualitas Sumber Daya Manusia* (Depok: Penerbit PIO Fakultas Psikologi UI, 2001)
- Sugiyono, *Metode Peneletian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017)
- Simamora, Henry, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Yogyakarta: Penerbit STIE YKPN, 2001)
- Sadirman, A. M, *Interaksi Dan Motivasi Belajar Mengajar* (Jakarta: Rajawali Press, 2013)

- Santoso. Benny, *Memahami Lebih Jauh MLM Dan Pernak-Perniknya* (Yogyakarta: ANDI, 2003)
- Sri Kasnelly, Fahri, Abd. Jalil, *Meningkatnya Angka Pengangguran Ditengah Pandemi (COVID-19)*,(2020)
- Tristan, Michael, Teguh Priyo Sadono, and Rustono Farady Marta, 'Disintermediasi Industri Musik Melalui Konstruksi Pengguna Akhir Most Viral Project', *ETTISAL: Journal of Communication*, 4.1 (2019), 35 <<https://doi.org/10.21111/ettisal.v4i1.2969>>
- Widoyoko, Eko Putro, *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012)
- Wahyudin Maguni¹ dan Haris Maupa, *Teori Motivasi, Kinerja dan Prestasi Kerja dalam Al-Quran Serta Pleksibilitas Penerapannya pada Manajemen Perbankan Islam*, *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, Volume 3, Nomor 1, Juni 2018

LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) MANADO
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS ISLAM

Jln Dr S Jln Dr S 11 Sarundajang Kawasan Ring Road 1 Kota Manado Tlp./Fax (0431) 860616 Manado 95128

Nomor : B-664/In.25/F.IV/TL.00.1/lo/2020

Manado, 14 Oktober 2020

Lamp :-

Perihal : *Permohonan Izin Penelitian*

Kepada Yth.

Leader Most Viral Projek Kota Manado

di-

Tempat

Assalamu 'alaikum Wr, Wb.

Dengan hormat disampaikan bahwa Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado, yang tersebut namanya dibawah ini :

Nama : Tri Handayani Setiawan
 Nim : 16.4.1.047
 Semester : IX(Sembilan)
 Prodi : Ekonomi Syariah
 Fakultas : Ekonomi & Bisnis Islam

Bermaksud mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul: "*Pengaruh Motivasi dan Pengembangan Karir Terhadap Minat Entrepreneur Pada Sistem Network Marketing Most Viral Project di Kota Manado* " guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dengan

Dosen Pembimbing;

1. Dr. Suprijati Sarib, M.Si
2. Rahmawati, M.Si

Untuk maksud tersebut kami mengharapkan kiranya kepada Mahasiswa yang bersangkutan dapat diberikan izin untuk melakukan penelitian dari bulan Oktober s/d November 2020.

Demikian atas perhatian dan kerjasama diucapkan terima kasih.

Wassalam
 Dekan,

Dr. Rosdalina, S.Ag., M.Hum
 NIP.19780324 200604 2 003

Tembusan :

1. Rektor IAIN Manado Sebagai Laporan
2. Arsip

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, Most viral Project di Kota Manado, menerangkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Manado atas nama :

Nama : Tri Handayani Setiawan
Nim : 16.4.1.047
Semester : XI (Sebelas)
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar-benar telah melakukan penelitian di Most Viral Project Kota Manado sampai dengan selesai dengan judul "Pengaruh Motivasi dan Pengembangan Karir Terhadap Minat Entrepreneur Pada Sistem Network Marketing Most Viral Project di Kota Manado"

Demikian surat keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Manado, Jumat 27 November 2020
Leader Most Viral Project Kota Manado


Meydita Kalew, SE., SH

Dipindai dengan CamScanner

Hasil Deskripsi Data X1, X2 dan Y

```

DATASET ACTIVATE DataSet1.
FREQUENCIES VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8 X1.9
X1.10 X1.11 X1.12 TOTAL
  /STATISTICS=STDDEV MINIMUM MAXIMUM MEAN MEDIAN MODE SUM
  /ORDER=ANALYSIS.

```

Frequency Tabel Data X1

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	24	30,0	30,0	30,0
	5	56	70,0	70,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	9	11,3	11,3	11,3
	4	30	37,5	37,5	48,8
	5	41	51,2	51,2	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	5,0	5,0	5,0
	3	10	12,5	12,5	17,5
	4	25	31,3	31,3	48,8
	5	41	51,2	51,2	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	9	11,3	11,3	11,3
	3	18	22,5	22,5	33,8
	4	25	31,3	31,3	65,0

	5	28	35,0	35,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	17	21,3	21,3	21,3
	3	19	23,8	23,8	45,0
	4	17	21,3	21,3	66,3
	5	27	33,8	33,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	1,3	1,3	1,3
	4	18	22,5	22,5	23,8
	5	61	76,3	76,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	8	10,0	10,0	10,0
	3	8	10,0	10,0	20,0
	4	27	33,8	33,8	53,8
	5	37	46,3	46,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	20	25,0	25,0	25,0
	4	46	57,5	57,5	82,5
	5	14	17,5	17,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

X1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	10	12,5	12,5	12,5
	4	22	27,5	27,5	40,0
	5	48	60,0	60,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

X1.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	7,5	7,5	7,5
	4	36	45,0	45,0	52,5
	5	38	47,5	47,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

X1.11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	9	11,3	11,3	11,3
	4	29	36,3	36,3	47,5
	5	42	52,5	52,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

X1.12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	7	8,8	8,8	8,8
	3	13	16,3	16,3	25,0
	4	28	35,0	35,0	60,0
	5	32	40,0	40,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

```

DATASET ACTIVATE DataSet4.
FREQUENCIES VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6
/ORDER=ANALYSIS.

```

Frequency Tabel Data X2

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	15	18,8	18,8	18,8
	4	40	50,0	50,0	68,8
	5	25	31,3	31,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1,3	1,3	1,3
	3	2	2,5	2,5	3,8
	4	27	33,8	33,8	37,5
	5	50	62,5	62,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1,3	1,3	1,3
	3	4	5,0	5,0	6,3
	4	17	21,3	21,3	27,5
	5	58	72,5	72,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	14	17,5	17,5	17,5
	4	33	41,3	41,3	58,8
	5	33	41,3	41,3	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1,3	1,3	1,3
	3	1	1,3	1,3	2,5
	4	32	40,0	40,0	42,5
	5	46	57,5	57,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	26	32,5	32,5	32,5
	5	54	67,5	67,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

X1.5	Pearson Correlation	,218	,150	,494**	,685**	1	,153	,666**	,135	,206	,373**	,075	,601**	,746**
	Sig. (2-tailed)	,052	,184	,000	,000		,174	,000	,232	,067	,001	,507	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.6	Pearson Correlation	,414**	,040	,304**	,215	,153	1	,147	-,021	,134	,261*	,208	,121	,358**
	Sig. (2-tailed)	,000	,726	,006	,055	,174		,193	,854	,235	,020	,064	,285	,001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.7	Pearson Correlation	,110	,148	,584**	,760**	,666**	,147	1	,039	-,040	,389**	-,158	,829**	,725**
	Sig. (2-tailed)	,332	,191	,000	,000	,000	,193		,729	,726	,000	,161	,000	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.8	Pearson Correlation	,093	,153	-,028	,276*	,135	-,021	,039	1	,269*	,260*	,437**	,210	,406**
	Sig. (2-tailed)	,414	,176	,803	,013	,232	,854	,729		,016	,020	,000	,061	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.9	Pearson Correlation	,594**	,280*	,022	,172	,206	,134	-,040	,269*	1	,278*	,655**	,067	,466**
	Sig. (2-tailed)	,000	,012	,847	,127	,067	,235	,726	,016		,013	,000	,553	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.10	Pearson Correlation	,332**	,123	,203	,421**	,373**	,261*	,389**	,260*	,278*	1	,228*	,357**	,609**
	Sig. (2-tailed)	,003	,276	,071	,000	,001	,020	,000	,020	,013		,042	,001	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.11	Pearson Correlation	,595**	,182	-,073	,132	,075	,208	-,158	,437**	,655**	,228*	1	,133	,392**
	Sig. (2-tailed)	,000	,105	,518	,241	,507	,064	,161	,000	,000	,042		,239	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
X1.12	Pearson Correlation	,215	,192	,537**	,774**	,601**	,121	,829**	,210	,067	,357**	,133	1	,783**
	Sig. (2-tailed)	,056	,087	,000	,000	,000	,285	,000	,061	,553	,001	,239		,000

	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
TOTAL	Pearson Correlation	,517**	,381**	,582**	,812**	,746**	,358**	,725**	,406**	,466**	,609**	,392**	,783**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas X2

```

DATASET ACTIVATE DataSet4.
CORRELATIONS
  /VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 TOTAL
  /PRINT=TWOTAIL NOSIG
  /MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

[DataSet4] G:\Skripsi Tri\SPSS Iki\Data X2 Revisi.sav

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	,214	-,184	,213	,202	,201	,595**
	Sig. (2-tailed)		,056	,102	,058	,073	,073	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X2.2	Pearson Correlation	,214	1	,003	-,083	,462**	,261*	,604**
	Sig. (2-tailed)	,056		,977	,467	,000	,019	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X2.3	Pearson Correlation	-,184	,003	1	-,118	,002	-,004	,233*
	Sig. (2-tailed)	,102	,977		,299	,988	,970	,038
	N	80	80	80	80	80	80	80
X2.4	Pearson Correlation	,213	-,083	-,118	1	,023	-,103	,396**

	Sig. (2-tailed)	,058	,467	,299		,840	,361	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X2.5	Pearson Correlation	,202	,462**	,002	,023	1	,270*	,638**
	Sig. (2-tailed)	,073	,000	,988	,840		,015	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X2.6	Pearson Correlation	,201	,261*	-,004	-,103	,270*	1	,468**
	Sig. (2-tailed)	,073	,019	,970	,361	,015		,000
	N	80	80	80	80	80	80	80
TOTAL	Pearson Correlation	,595**	,604**	,233*	,396**	,638**	,468**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,038	,000	,000	,000	
	N	80	80	80	80	80	80	80

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

	Sig. (2-tailed)	,179	,000		,367	,163	,020	,050	,817	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y.4	Pearson Correlation	,145	,255*	-,102	1	,248*	,108	-,052	,284*	,473**
	Sig. (2-tailed)	,198	,022	,367		,026	,340	,649	,011	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y.5	Pearson Correlation	-,103	,197	,158	,248*	1	,433**	,205	,157	,587**
	Sig. (2-tailed)	,362	,080	,163	,026		,000	,068	,164	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y.6	Pearson Correlation	,101	,380**	,261*	,108	,433**	1	,124	,220	,664**
	Sig. (2-tailed)	,371	,001	,020	,340	,000		,271	,050	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y.7	Pearson Correlation	-,031	,338**	,220*	-,052	,205	,124	1	-,130	,407**
	Sig. (2-tailed)	,787	,002	,050	,649	,068	,271		,250	,000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Y.8	Pearson Correlation	,119	-,005	,026	,284*	,157	,220	-,130	1	,371**
	Sig. (2-tailed)	,294	,968	,817	,011	,164	,050	,250		,001
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
Total	Pearson Correlation	,355**	,711**	,507**	,473**	,587**	,664**	,407**	,371**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,001	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Reliabilitas X1

```

DATASET ACTIVATE DataSet1.
RELIABILITY
  /VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8 X1.9 X1.10
X1.11 X1.12
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA.

```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	80	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,824	12

Hasil Uji Reliabilitas X2

```
DATASET ACTIVATE DataSet4.
RELIABILITY
  /VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA.
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	80	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,340	6

Hasil Uji Reliabilitas Y

```

DATASET ACTIVATE DataSet5.
RELIABILITY
  /VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5 Y.6 Y.7 Y.8
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA.

```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	80	100,0

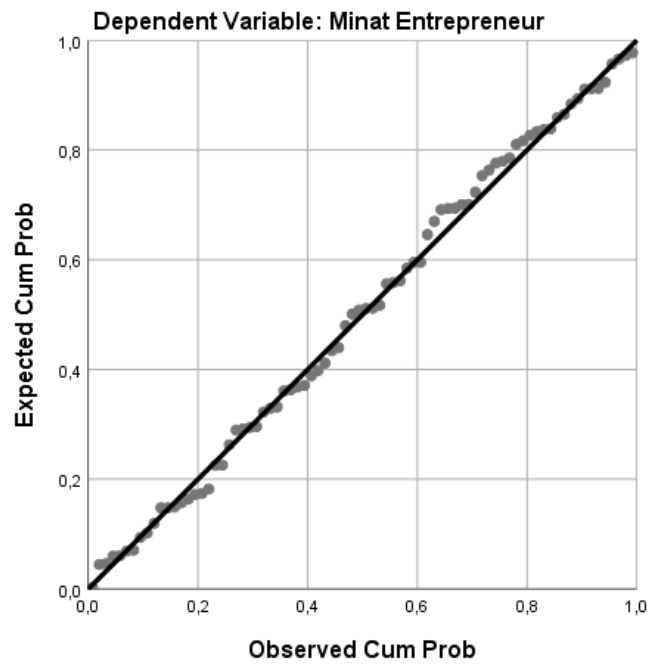
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

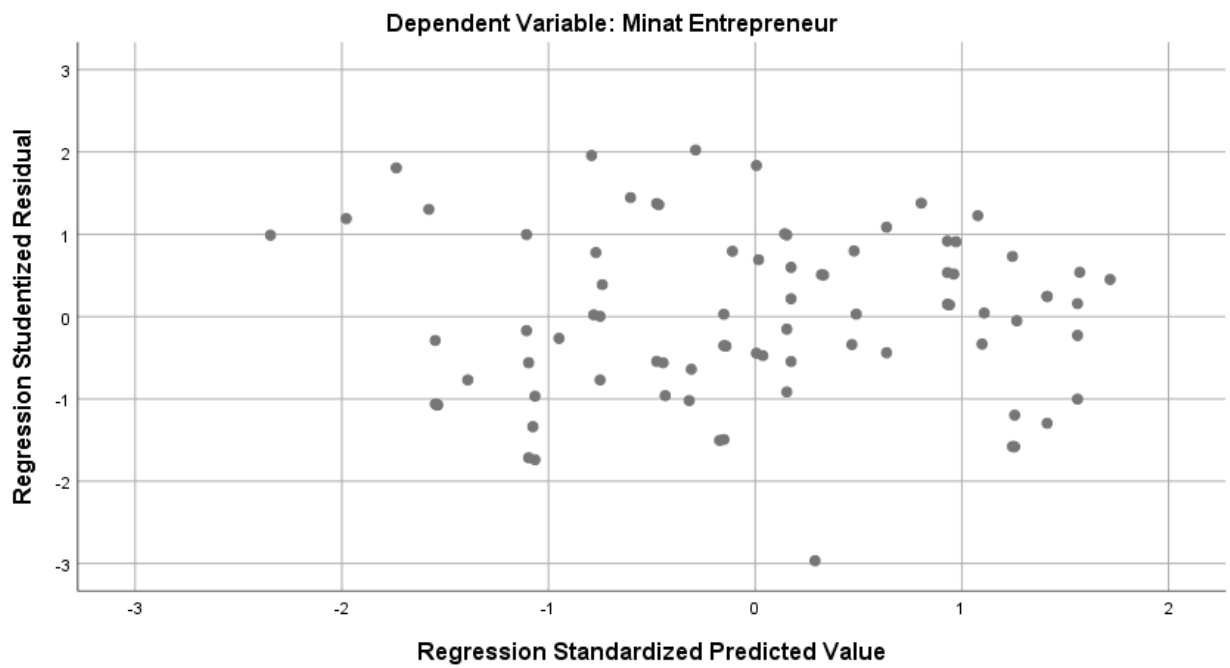
Cronbach's Alpha	N of Items
,614	8

Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot



NPAR TESTS
 /K-S (NORMAL) =RES_1
 /MISSING ANALYSIS.

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,61253987
Most Extreme Differences	Absolute	,056
	Positive	,046
	Negative	-,056
Test Statistic		,056
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

2,44013867

Hasil Uji Multikolinearitas

```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS BCOV R ANOVA COLLIN TOL
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Y
  /METHOD=ENTER X1 X2
  /SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)
  /RESIDUALS HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID)
  /SAVE RESID.

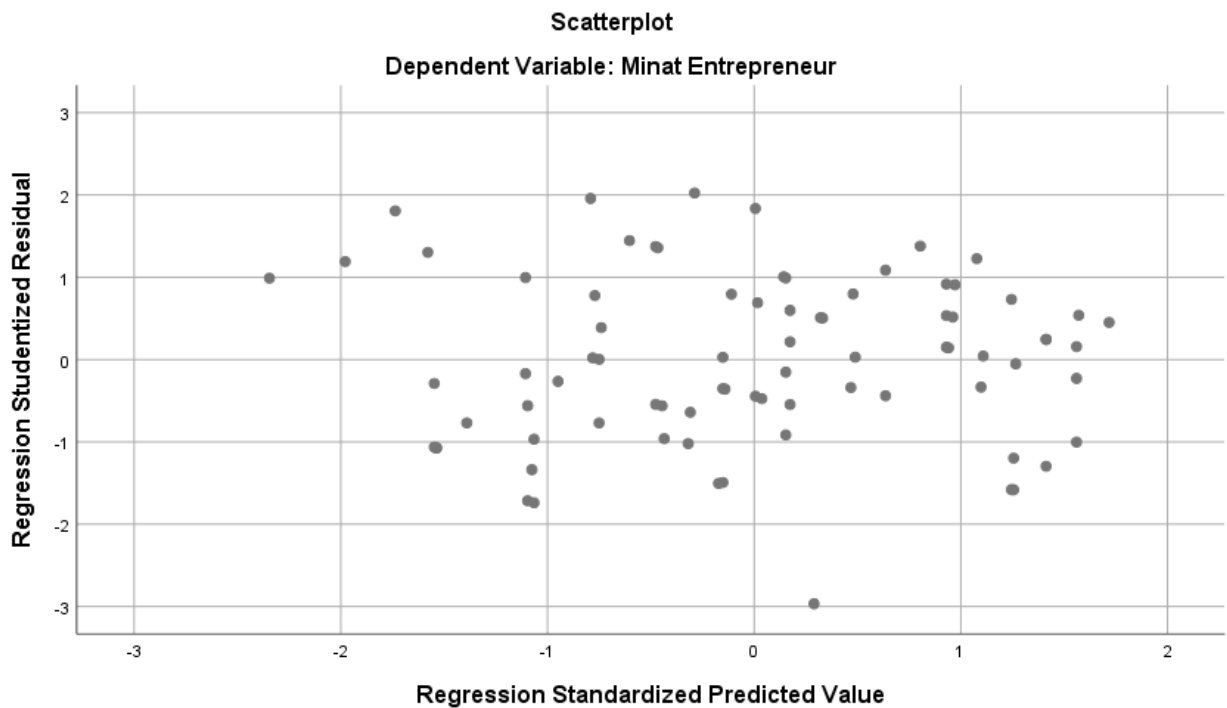
```

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	16,478	4,606		3,577	,001		
	Motivasi	,245	,056	,452	4,382	,000	,901	1,110
	Pengembangan Karir	,229	,172	,137	1,332	,187	,901	1,110

a. Dependent Variable: Minat Entrepreneur

Hasil Uji Heteroskedastisitas

```
REGRESSION  
  /MISSING LISTWISE  
  /STATISTICS COEFF OUTS BCOV R ANOVA COLLIN TOL  
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)  
  /NOORIGIN  
  /DEPENDENT Y  
  /METHOD=ENTER X1 X2  
  /SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)  
  /RESIDUALS DURBIN HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID)  
  /SAVE RESID.
```



Hasil Uji Autokorelasi

```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS BCOV R ANOVA COLLIN TOL
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Y
  /METHOD=ENTER X1 X2
  /SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)
  /RESIDUALS DURBIN HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID)
  /SAVE RESID.

```

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables	
		Removed	Method
1	Pengembangan Karir, Motivasi ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Minat Entrepreneur

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R		Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
			Square	Square		
1	,512 ^a	,262		,243	2,646	1,829

a. Predictors: (Constant), Pengembangan Karir, Motivasi

b. Dependent Variable: Minat Entrepreneur

Hasil Uji Linieritas

```

DATASET ACTIVATE DataSet3.
MEANS TABLES=Y BY X1 X2
  /CELLS=MEAN COUNT STDDEV
  /STATISTICS LINEARITY.

```

Means

[DataSet3]

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Minat Entrepreneur * Motivasi	80	100,0%	0	0,0%	80	100,0%
Minat Entrepreneur * Pengembangan Karir	80	100,0%	0	0,0%	80	100,0%

Minat Entrepreneur * Motivasi

Report

Minat Entrepreneur

Motivasi	Mean	N	Std. Deviation
37	34,00	1	.
39	37,00	1	.
40	36,00	1	.
43	32,75	4	2,500
44	31,43	7	2,070
45	39,00	1	.
46	32,00	2	2,828
47	33,40	5	3,647
48	33,67	3	3,786
49	34,25	4	2,630
50	33,43	7	3,207
51	35,75	8	3,151
52	37,00	1	.
53	35,80	5	1,304

54	36,50	4	1,732
55	37,71	7	1,799
56	37,00	1	.
57	37,00	4	3,162
58	35,50	4	2,380
59	37,00	8	1,690
60	39,00	2	,000
Total	35,16	80	3,042

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat	Between	(Combined)	342,364	20	17,118	2,600	,002
Entrepreneur *	Groups	Linearity	179,259	1	179,259	27,222	,000
Motivasi		Deviation from Linearity	163,105	19	8,584	1,304	,216
	Within Groups		388,524	59	6,585		
	Total		730,887	79			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Minat Entrepreneur * Motivasi	,495	,245	,684	,468

Minat Entrepreneur * Pengembangan Karir

Report

Minat Entrepreneur

Pengembangan Karir	Mean	N	Std. Deviation
21	35,00	1	.
23	36,00	2	1,414
24	31,50	8	1,852
25	34,13	8	4,190
26	36,27	11	1,849
27	35,19	16	3,038
28	35,57	21	2,271
29	36,73	11	2,649

30	34,00	2	8,485
Total	35,16	80	3,042

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Entrepreneur *	Between Groups	(Combined)	164,069	8	20,509	2,569	,016
		Linearity	57,195	1	57,195	7,164	,009
		Deviation from Linearity	106,874	7	15,268	1,912	,080
	Within Groups		566,819	71	7,983		
	Total		730,887	79			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Minat Entrepreneur * Pengembangan Karir	,280	,078	,474	,224

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

```

DATASET ACTIVATE DataSet3.
MEANS TABLES=Y BY X1 X2
  /CELLS=MEAN COUNT STDDEV
  /STATISTICS LINEARITY.

```

Means

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Minat Entrepreneur * Motivasi	80	100,0%	0	0,0%	80	100,0%
Minat Entrepreneur * Pengembangan Karir	80	100,0%	0	0,0%	80	100,0%

Minat Entrepreneur * Motivasi

Report

Minat Entrepreneur

Motivasi	Mean	N	Std. Deviation
37	34,00	1	.
39	37,00	1	.
40	36,00	1	.
43	32,75	4	2,500
44	31,43	7	2,070
45	39,00	1	.
46	32,00	2	2,828
47	33,40	5	3,647
48	33,67	3	3,786
49	34,25	4	2,630
50	33,43	7	3,207
51	35,75	8	3,151
52	37,00	1	.
53	35,80	5	1,304
54	36,50	4	1,732
55	37,71	7	1,799
56	37,00	1	.
57	37,00	4	3,162
58	35,50	4	2,380

59	37,00	8	1,690
60	39,00	2	,000
Total	35,16	80	3,042

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Entrepreneur * Motivasi	Between Groups	(Combined)	342,364	20	17,118	2,600	,002
		Linearity	179,259	1	179,259	27,222	,000
		Deviation from Linearity	163,105	19	8,584	1,304	,216
	Within Groups		388,524	59	6,585		
	Total		730,887	79			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Minat Entrepreneur * Motivasi	,495	,245	,684	,468

Minat Entrepreneur * Pengembangan Karir

Report

Minat Entrepreneur

Pengembangan Karir	Mean	N	Std. Deviation
21	35,00	1	.
23	36,00	2	1,414
24	31,50	8	1,852
25	34,13	8	4,190
26	36,27	11	1,849
27	35,19	16	3,038
28	35,57	21	2,271
29	36,73	11	2,649
30	34,00	2	8,485
Total	35,16	80	3,042

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat	Between	(Combined)	164,069	8	20,509	2,569	,016
Entrepreneur *	Groups	Linearity	57,195	1	57,195	7,164	,009
Pengembangan Karir		Deviation from Linearity	106,874	7	15,268	1,912	,080
Within Groups			566,819	71	7,983		
Total			730,887	79			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Minat Entrepreneur * Pengembangan Karir	,280	,078	,474	,224

Hasil Uji Hipotesis

Koefesien Derteminasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,512 ^a	,262	,243	2,646

a. Predictors: (Constant), Pengembangan Karir, Motivasi

b. Dependent Variable: Minat Entrepreneur

Uji Koefesien Regresi Secara Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16,478	4,606		3,577	,001
	Motivasi	,245	,056	,452	4,382	,000
	Pengembangan Karir	,229	,172	,137	1,332	,187

a. Dependent Variable: Minat Entrepreneur

Uji Koefesien Regresi Secara Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	191,684	2	95,842	13,687	,000 ^b
	Residual	539,204	77	7,003		
	Total	730,887	79			

a. Dependent Variable: Minat Entrepreneur

b. Predictors: (Constant), Pengembangan Karir, Motivasi

