BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Lokasi Penelitian

   a. Sejarah Berdirinya PT. K-Link Indonesia

K-Link merupakan salah satu perusahaan penjualan langsung terkemuka di Indonesia. PT. K-Link International didirikan pada bulan Mei tahun 2000 di Malaysia dan pada tanggal 10 Mei 2002 PT. K-Link berdiri di Indonesia tepatnya di Mangga Dua Mall RM-04, Jl. Mangga Dua Raya Jakarta Pusat. Telp. 021.6230-1555, Fax. 0216230-1300.[1] PT. K-Link Indonesia didirikan untuk membawa tradisi pengetahuan tentang kasih sayang dan perikemanusiaan yang bertujuan untuk membantu para distributor atau anggota untuk mengembangkan pengetahuan ekonomi dari kedua abad yang telah tergabung bersama dan menghasilkan jumlah keuntungan yang menakjubkan.

PT. K-Link Indonesia terus tumbuh dan berkembang di Indonesia, hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya distributor yang bergabung dengan PT. K-Link. Perkembangan bisnis dan jumlah distributor yang semakin meningkat membuat kantor PT. K-Link tidak bisa menampung dan menunjang operasional perusahaan dan aktivitas distributor, maka pada tanggal

[1] VCD K-Link

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

10 Agustus 2007 kantor pusat K-Link Indonesia di pindahkan ke kawasan yang lebih strategis di daerah Tebet tepatnya di Jl. Prof. Dr. Suharjo No. 161 Jakarta Selatan dengan luas bangunan 1180 m^2 gedung sendiri 4 lantai.[2] Keuntungan yang di dapat K-Link dikembangkan dalam bentuk investasi jangka panjang dengan dilakukannya pembangunan K-Link Tower 25 lantai di Kawasan Terpadu Jl. Jend Gatot Subroto No. 59A Jakarta Selatan. Syukuran pembangunan gedung dilakukan pada hari Senin 12 Januari 2009 dan peresmian pembangunan gedung di lakukan pada tanggal 11 November 2009. Gedung 25 lantai ini dilengkapi dengan berbagai sarana pendukung, seperti: SPA, restorant, dan lain sebagainya. Pada akhir tahun 2010 PT. K-Link Indonesia membangun pabrik di atas lahan seluas 18750 m^2 di kawasan industri Sentul Kabupaten Bogor Jawa Barat Indonesia.

PT. K-Link Stockist Surabaya didirikan pada tahun 2006 tepatnya di Jl. Raya Kali Rungkut I-III Blok Q 23 Ruko Rungkut Megah Raya Surabaya. Kemudian pada tahun 2011 ada sebuah masalah internal di Stockist, maka PT. K-Link Stockist Surabaya pindah kantor di Jl. Bengawan No. 32 Surabaya. Telp. 031-5622893.[3]

Hadirnya PT. K-Link di Indonesia diharapkan dapat terus diterima oleh masyarakat Indonesia. K-Link hadir di Indonesia bukan hanya alasan bisnis saja melainkan K-Link Indonesia ingin

[2] DVD PT. K-Link
[3] Rizal Mustofa, *Wawancara*, Stockist K-Link Surabaya, 07 Januari 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

membantu merubah kehidupan masyarakat Indonesia menjadi lebih baik.

b. Visi dan Misi PT. K-Link Indonesia

Visi PT. K-Link adalah menjadi perusahaan MLM yang terkemuka di Indonesia dengan jutaan distributor yang tersebar di berbagai daerah, pulau-pulau dan provinsi seluruh kepulauan yang luas ini, mencetak ribuan pemasar-pemasar MLM yang memiliki penghasilan di atas rata-rata penghasilan kalangan menengah di Indonesia.[4]

Misi PT. K-Link untuk mewujudkan jaringan usaha di tingkat internasional dalam memenuhi komitmen serta bertanggungjawab terhadap para pengguna, usahawan, karyawan, pemegang saham dan rekan usaha dalam menjalankan kewajiban dan tanggung jawab kepada masyarakat dan negara .[5]

c. Falsafah PT. K-Link Indonesia

Falsafah PT. K-Link yaitu untuk mewariskan rasa kasih sayang dan kemanusiaan dari abad yang telah lalu. Falsafah PT. K-Link [6]

1) Memberikan sumbangsih kepada masyarakat dan Negara.
2) Mengutamakan para pengguna. Semua rencana dan kebijakan adalah demi kebaikan semua pihak.
3) Mempererat hubungan di kalangan rekan usaha dan pelanggan.
4) Memasarkan produk yang berkualitas tinggi adalah faktor penggerak utama.

[4] www.k-link.co.id. , diakses pada tanggal 05 Januari 2016, pada pukul 10.17 WIB.
[5] Starter Kit K-Link International, 7.
[6] Ibid., Starter Kit K-Link International, 9.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5) Kesuksesan melalui semangat persatuan.

6) Berilmu adalah asas dalam meraih kesuksesan.

7) Startegi "*Win-Win*" adalah tujuan operasi K-Link.

d. Produk-Produk PT. K-Link

PT. K-Link Indonesia menyediakan produk-produk kesehatan, kecantikan dan lain-lain. Produk kesehatan dipilih oleh perusahaan karena produk tersebut dibutuhkan oleh manusia di seluruh dunia. Berikut beberapa produk yang dipasarkan oleh PT. K-Link yaitu:[7]

1) Makanan Kesehatan (*Health food*)

Makanan kesehatan merupakan suplemen makanan yang digunakan untuk membantu proses detoksifikasi tubuh dengan membersihkan seluruh toksin (racun) secara maksimal. Produk makanan kesehatan K-Link yaitu: *Riddance, Ekstrak Gamat Emulsion, Gamat Vita Plus, Organik K-Bio Green, K-Omega Squa Plus, K-Saudavco Virgin, Cocunut Oil, K-Epicor, K-Sage Plus, K-Kids,* dan *Propolis Platinum.*

2) Minuman Kesehatan

Minuman kesehatan merupakan minuman kesehatan yang kaya akan sumber nutrisi dan berasal dari bahan-bahan alami tanaman. Minuman kesehatan berfungsi untuk pembersihan sistem organ tubuh, mencegah depresi, mencegah anemia, dan lain-lain. Produk minuman kesehatan yaitu: *K-Liquid Chlorophyl, K-Liquid Organic Spirulina, K-Liquid Kolagen,*

[7] Produk Katalog PT. K-Link Indonesia.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Golden Valey SOD, K-Link *Cofee 5 in 1*, K-*Coffee Durian*, K-C Susu Skim Bubuk, K-Link *Seaweed Calcium.*

3) Penjaga Kesehatan

Penjaga kesehatan merupakan produk K-Link yang berfungsi untuk menjaga kesehatan tubuh manusia, mengatasi gangguan tubuh, memelihara kesehatan kulit, membantu penyembuhan penyakit, dan lain-lain. Produk penjaga kesehatan K-Link yaitu: K-Link Kinotakara, *Transparant Soap, Sun Screen Lotion, Body Shower, Hair Shampoo 2 in 1, K-All White, K-Mu'min, K-Puyikang, Gamat Vita Gel, K-Perfect Classic, K-Perfect Ladies Suit, Slimming Body Undergarment, K-Elegance, K-Sophie Overnight, K-Sophie Pantyliner, K-Sophy Reguler Flow, K.i-Panty, K.i-Brief, K-e Wrist Band, K-eMattress, K-IonSpec*, dan *K-Energy Socks.*

4) *Ayurveda Series*

Ayurveda series merupakan produk K-Link yang diformulasikan khusus untuk menyeimbangkan tubuh, meningkatkan metabolism tubuh, dan meningkatkan daya tahan tubuh. Varian produk dari *ayurveda series* yaitu: *K-Ayu artis Oil, K-Ayu Artis, K-Ayu Asmo, K-AyuBes, K-Ayu Derme, K-Ayu Lax, K-Ayu Lite, K-Ayu Rhoids, K-Ayu Rin Plus, K-ayu Vigo*, dan *K-Ayu Vita.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5) UIEC (*Universe Induced Energy)*

UIEC merupakan produk tambahan dari K-Link yang sangat inovatif dan bermanfaat untuk kesehatan. Varian produk dari UIEC yaitu: *K-Energy Black Jade, K-Energy Jade Ring, K-Energy Touch, K-Energy Sticker,* dan *K-Energy Cream.*

6) Perawatan Kecantikan (*Beauty Care)*

Perawatan kecantikan merupakan produk K-Link yang diformulasikan khusus untuk perawatan kecantikan. Varian produk perawatan kecantikan yaitu:

a) *K-Care Honey & Goatmilk,* merupakan produk kecantikan dari K-Link yang diformulasikan khusus untuk perawatan kecantikan. Varian produk ini yaitu: *Deodorant Roll On, Facial Wash, Milk Cleanser, Toner, Peel Of Mask, Moisturizer, Shampoo, Conditioner, Hair Vitamin, Scrub Soap.*

b) *K-Care Olive Oili,* merupakan produk K-Link yang mengandung minyak zaitun. Varian produk ini yaitu: *Shampoo, Conditioner, Hair Vitamin, Hand & Foot Cream, Acne Gel, Peel Off Mask, Milk Cleanser, Toner, Moisturizer,* dan *Facial Wash.*

c) *K-Care Paradiso,* merupakan produk K-Link yang mengandung urang-aring, sapora, dan gingseng. Varian produk ini yaitu: *Shampoo, Conditioner,* dan *Hair Vitamin.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d) *K-Care Wonderland,* merupakan produk K-Link yang mengandung *arginine, aloe vera,* VCO, dan minyak zaitun. Varian produk ini yaitu: *Shampoo, Conditioner,* dan *Hair Vitamin.*

e) *K-Care Chlorophyll,* merupakan produk K-Link yang digunakan untuk perantara rambut, produk ini terdiri dari dua variasi yaitu: *Conditioner* dan *Hair Vitamin.*

f) *K-Link Citrabeaucare,* merupakan produk perawatan tambahan kecantikan K-Link yang lain. Varian produk ini yaitu: *Hair Tonic, Facial Foam, Night Cream, Day Cream, K-Parfum Zenith, K-Parfum Inspire, K-Parfum Grace, K-Parfum Luscious.*

7) Pembersih (*Cleanser),* merupakan produk pembersih rumah tangga yang ramah lingkungan. Varian produk ini ada dua, yaitu: *K-EZ Kleen Green* dan *K-Ez Kleen.*

8) Lainnya, merupakan kategori produk K-Link yang lain, terdiri dari: *Yoropen, K-Bio Bost, K-i Body Fit,* dan *K-i Men Fit.*

2. Karakteristik Responden

Penelitian ini membutuhkan 100 orang member MLM syariah PT. K-Link Surabaya yang masih berada pada tingkatan member sampai supervisor dengan nilai bisnis perusahaan yang diperolehnya ≤ 2000 BV.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti melalui penyebaran kuesioner, berikut ini gambaran umum karakteristik responden:

a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Banyaknya Responden	Prosentase (%)
Laki-laki	72	72%
Perempuan	28	28%
Total	100	100%

Sumber: Data primer, diolah 2016.

Pada Tabel 4.1 diketahui bahwa jenis kelamin responden laki-laki berjumlah 72 orang (72%) dan jumlah responden perempuan 28 orang (28%). Data tersebut menunjukkan bahwa responden didominasi oleh laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa yang banyak menjadi member MLM syariah PT. K-Link Surabaya adalah berjenis kelamin laki-laki.

b. Usia Responden

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Banyaknya Responden	Prosentase (%)
20-30 th	53	53%
30-40 th	27	27%
40-50 th	15	15%
50-60 th	5	5%
Total	100	100%

Sumber: Data primer, diolah 2016.

Pada tabel 4.2 diketahui bahwa usia responden antara 20-30 tahun sebanyak 53 orang (53%), usia tersebut merupakan usia yang paling banyak menjadi member MLM syariah PT. K-Link Surabaya. Usia tersebut menjadi paling banyak karena member

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang saya teliti merupakan member yang nilai penjualannya ≤ 2000 BV yang berada pada tingkatan member sampai supervisor. Selain itu, pada tabel 4.2 juga menerangkan bahwa responden yang berusia 31-40 tahun terdapat sebanyak 27 orang (27%). Untuk responden yang berusia 41-50 tahun terdapat 15 orang (15%). Untuk responden yang berusia 51-60 tahun terdapat 5 orang (5%).

c. Pekerjaan Responden

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan

Pekerjaan	Banyaknya Responden	Prosentase (%)
Mahasiswa	28	28%
Wiraswasta	45	45%
Ibu Rumah Tangga	10	10%
Lain-lain	17	17%
Total	100	100%

Sumber: Data primer, diolah 2016.

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa 28 orang responden (28%) berprofesi sebagai mahasiswa, 45 orang (45%) berprofesi sebagai wiraswasta, 10 orang responden (10%) berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga, dan 17 orang responden (17%) berprofesi sebagai pegawai pabrik, bengkel, guru, peternak dan lain-lain. Data tersebut menunjukkan bahwa responden didominasi oleh kalangan wiraswasta.

B. Gambaran Distribusi Item

Pada gambaran distribusi item ini, akan disampaikan gambaran terhadap kuesioner yang telah disebarkan kepada member *Multi Level*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Marketing syariah PT. K-Link Surabaya yang menjadi distributor produk-produk K-Link.

1. Variabel Bebas (X)

   a. Variabel Motivasi Kerja (X_1)

Tabel 4. 4
Distribusi Frekuensi Item Variabel Motivasi Kerja (X_1)

Item	SS		S		K		HTP		TP	
	Org.	%	Org.	%	Org.	%	Org.	%	Org.	%
X1.1	11	11%	43	43%	34	34%	10	10%	2	2%
X1.2	51	51%	45	45%	4	4%	0	-	0	-
X1.3	19	19%	57	57%	20	20%	4	4%	0	-
X1.4	26	26%	49	49%	23	23%	2	2%	0	-
X1.5	36	36%	63	63%	1	1%	0	-	0	-
X1.6	26	26%	60	60%	14	14%	0	-	0	-

Sumber: Data primer, diolah 2016.

Dari tabel 4.4, diketahui bahwa variabel motivasi kerja (X_1), item pertama (X1.1) yaitu untuk item member merasa cukup dengan gaji yang di dapatkan untuk memenuhi kebutuhan hidup setelah menjadi member MLM syariah K-Link Surabaya mendapatkan respon sangat sering sebanyak 11 responden (11%), kemudian pendapat sering oleh 43 responden (43%), kemudian pendapat kadang-kadang oleh 34 responden 34%, kemudian pendapat hampir tidak pernah oleh 10 responden (10%), dan pendapat tidak pernah oleh 2 responden (2%).

Pada item kedua (X1.2), yaitu member MLM syariah PT. K-Link Surabaya selalu bekerja untuk mendapat jaminan di hari tua mendapatkan pernyataan sangat sering dari 51 responden (51%), 45 responden (45%) menyatakan sering, dan 4 responden (4%) menyatakan kadang-kadang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada item ketiga (X1.3), yaitu member MLM syariah PT. K-Link Surabaya selalu kompak dengan member MLM syariah K-Link Surabaya yang lain mendapatkan respon sangat sering dari 19 responden (19%), 57 responden (57%) menyatakan sering, 20 responden (20%) menyatakan kadang-kadang dan 4 responden (4%) menyatakan hampir tidak pernah.

Pada item keempat (X1.4), yaitu member MLM syariah K-Link Surabaya selalu mendapatkan bonus dari PT. K-Link atas hasil kerjanya mendapatkan pernyataan sangat sering dari 26 responden (26%), 49 responden (49%) menyatakan sering, 23 responden (23%) menyatakan kadang-kadang dan 2 responden (2%) menyatakan hampir tidak pernah.

Pada item kelima (X1.5), yaitu PT. K-Link selalu memberikan kenaikan jabatan atau pangkat kepada member MLM syariah PT. K-Link yang memenuhi persyaratan dari perusahaan mendapatkan respon sangat sering dari 36 responden (36%), 63 responden (63%) menyatakan sering, dan 1 responden (1%) menyatakan hampir tidak pernah.

Pada item keenam (X1.6) yaitu, member MLM syariah K-Link Surabaya selalu mngembangkan keterampilan dan kemampuannya dalam bekerja mendapatkan pernyataan sangat sering dari 26 responden (26%), 60 responden (60%) menyatakan sering dan 14 responden (14%) menyatakan kadang-kadang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Variabel Orientasi *Smart Working* (X_2)

Tabel 4.5
Distribusi Frekuensi Item Variabel Orientasi *Smart Working* (X_2)

Item	SS		S		K		HTP		TP	
	Org.	%	Org.	%	Org.	%	Org.	%	Org.	%
X2.1	27	27%	32	32%	33	33%	7	7%	1	1%
X2.2	38	38%	46	46%	11	11%	4	4%	1	1%
X2.3	25	25%	49	49%	21	21%	4	4%	1	1%
X2.4	22	22%	36	36%	27	27%	8	8%	7	7%
X2,5	28	28%	56	56%	14	14%	1	1%	1	1%
X2.6	30	30%	55	55%	14	14%	1	1%	0	-

Sumber: Data primer, diolah 2016.

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa untuk variabel orientasi *smart working* (X_2), yaitu untuk item pertama (X2.1) member MLM syariah K-Link Surabaya selalu melakukan evaluasi penjualan produk K-Link memperoleh pernyataan sangat sering dari 27 responden (27%), pernyataan sering dari 32 responden (32%), pernyataan kadang-kadang dari 33 responden (33%), pernyataan hampir tidak pernah dari 7 responden (7%), dan pernyataan tidak pernah dari 1 responden (1%).

Item kedua (X2.2), yaitu member MLM syariah K-Link Surabaya selalu membuat daftar calon konsumen atau calon member yang akan dikunjungi mendapat respon sangat sering dari 38 responden (38%), pernyataan sering dari 46 responden (46%), pernyataan kadang-kadang dari 11 responden (11%), pernyataan hampir tidak pernah dari 4 responden (4%), dan pernyataan tidak pernah 1 responden (1%).

Item ketiga (X2.3), yaitu member MLM syariah K-Link Surabaya meniru calon berjualan member MLM syariah K-Link

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Surabaya yang lain yang dianggap lebih baik mendapatkan pernyataan sangat sering dari 25 responden (25%), pernyataan sering dari 49 responden (49%), pernyataan kadang-kadang dari 21 responden (21%), pernyataan hampir tidak pernah dari 4 responden (4%), dan pernyataan tidak pernah 1 responden (1%).

Item keempat (X2.4), yaitu member MLM syariah K-Link Surabaya mempelajari tata cara penjualan produk K-Link dari majalah atau media lain (internet) mendapatkan respon sangat sering dari 22 responden (22%), pernyataan sering dari 36 responden (36%), pernyataan kadang-kadang dari 27 responden (27%), pernyataan hampir tidak pernah dari 8 responden (8%), dan pernyataan tidak pernah dari 7 responden (7%).

Item kelima (X2.5), yaitu member MLM syariah K-Link mendistribusikan atau menjual produk K-Link kepada konsumen dimana saja memperoleh pernyataan sangat sering dari 28 responden (28%), pernyataan sering dari 56 responden (56%), pernyataan kadang-kadang dari 14 responden (14%), pernyataan hampir tidak pernah dari 1 responden (1%), dan pernyataan tidak pernah dari 1 responden (1%).

Item keenam (X2.6), yaitu member MLM syariah K-Link Surabaya pantang menyerah dalam memperkenalkan produk K-Link kepada konsumen mendapatkan pernyataan sangat sering dari 30 responden (30%), pernyataan sering dari 55 responden

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(55%), pernyataan kadang-kadang dari 14 responden (14%), dan pernyataan hampir tidak pernah dari 1 responden (1%)

2. Variabel Terikat (Y)

Tabel 4.6
Distribusi Frekuensi Variabel Kinerja Karyawan (Y)

Item	SS		S		K		HTP		TP	
	Org.	%	Org.	%	Org.	%	Org.	%	Org.	%
Y.1	12	12%	53	53%	31	31%	2	2%	2	2%
Y.2	22	22%	52	52%	22	22%	2	2%	2	2%
Y.3	8	8%	45	45%	37	37%	7	7%	3	3%
Y.4	26	26%	52	52%	22	22%	0	-	0	-
Y.5	29	29%	40	40%	28	28%	3	3%	0	-
Y.6	12	12%	44	44%	31	31%	13	13%	0	-

Sumber: Data primer, diolah 2016.

Pada variabel kinerja karyawan (Y), untuk item pertama (Y.1) yaitu member MLM syariah K-Link Surabaya menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan target atau tepat waktu memperoleh pernyataan sangat sering dari 12 responden (12%), pernyataan sering dari 53 responden (53%), pernyataan kadang-kadang dari 31 responden (31%), pernyataan hampir tidak pernah dari 2 responden (2%), dan pernyataan tidak pernah dari 2 responden (2%).

Item kedua (Y.2), yaitu member MLM syariah K-Link Surabaya selalu mempertanggung jawabkan pekerjaannya sesuai dengan kemampuan optimalnya memperoleh pernyataan sangat sering dari 22 responden (22%), pernyataan sering dari 52 responden (52%), pernyataan kadang-kadang dari 22 responden (22%), pernyataan hampir tidak pernah dari 2 responden (2%), dan pernyataan tidak pernah dari 2 responden (2%).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Item ketiga (Y.3), yaitu member MLM syariah K-Link Surabaya selalu menjalin kerja sama antar member untuk menyelesaikan pekerjaan mendapatkan pernyataan sangat sering dari 8 responden (8%), pernyataan sering dari 45 responden (45%), pernyataan kadang-kadang dari 37 responden (37%), pernyataan hampir tidak pernah dari 7 responden (7%), dan pernyataan tidak pernah dari 3 responden (3%).

Item keempat (Y.4), yaitu member MLM syariah K-Link Surabaya selalu bersikap ramah kepada konsumen atau calon member mendapatkan pernyataan sangat sering dari 26 responden (26%), pernyataan sering dari 52 responden (52%), dan pernyataan kadang-kadang dari 22 responden (22%).

Item kelima (Y.5), yaitu member MLM syariah K-Link Surabaya memahami pekerjaan yang dilakukannya memperoleh respon sangat sering dari 29 responden (29%), pernyataan sering dari 40 responden (40%), pernyataan kadang-kadang dari 28 responden (28%), dan pernyataan hampir tidak pernah dari 3 responden (3%).

Item keenam (Y.6), yaitu member MLM syariah K-Link Surabaya selalu membandingkan hasil kinerja yang dilakukannya dengan member MLM Syariah K-Link yang lain mendapatkan respon sangat sering dari 12 responden (12%), pernyataan sering dari 44 responden (44%), pernyataan kadang-kadang dari 31

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

responden (31%), dan pernyataan hampir tidak pernah dari 13 responden (13%).

C. Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen keduanya mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.[8] Pengujian normalitas data dalam penelitian ini menggunakan uji statistic non parametric Kolmogrov-Smirnov Test dengan syarat jika *asymp sig* (2-tailed) > 0,05 maka data tersebut berdistribusi tidak normal. Berdasarkan hasil analisis diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.20289073
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.046
	Negative	-.080
Kolmogorov-Smirnov Z		.799
Asymp. Sig. (2-tailed)		.547

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data primer, diolah 2016.

[8] Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Hasil uji normalitas dengan menggunakan perhitungan Kolmorogrof- Smirnov Z test menunjukkan bahwa distribusi normal pada modl yang digunakan dengan nilai 2-tailed pada variabel X_1 (motivasi kerja) dan X_2 (orientasi *smart working*) lebih besar dari 0,05. Dengan hasil pengujian normalitas dapat dilakukan pengujian hipotesis.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskeditastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual pada satu pengamatan ke pengamatan lain hasilnya adalah tetap. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara mendeteksinya adalah dengan melakukan uji korelasi *Rank Spearman* yang dilakukan dengan cara mengkorelasikan nilai *undstandardized residual* dengan masing-masing variabel independen (X_1 dan X_2). Dari hasil uji korelasi Rank Spearman diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Heteroskedastisitas

No	Variabel	Signifikan	Keterangan
1.	Motivasi Kerja (X_1)	0,437	Non Heteroskedastisitas
2.	Orientasi *Smart Working* (X_2)	0,437	Non Heteroskedastisitas

Sumber: Data primer, diolah 2016.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dari tabel 4.8 dapat disimpulkan bahwa pada penelitian regresi ini tidak terjadi dan tidak nampak gejala heteroskedastisitas, karena nilai signifikansi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari variabel independen yang terdiri dari motivasi kerja dan orientasi smart working lebih besar dari *alpha* (sig. > α) yaitu 0,437 > 0,05.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolenearitas bertujuan untuk membuktikan atau menguji ada atau tidaknya hubungan yang linear antar variabel bebas (independen). Gejala multikolinearitas dapat dilihat dengan menggunakan metode *Variance Inflation Factor (VIF), Tolerance* serta Matriks Korelasi. Pengujian dapat dilakukan dengan melihat nilai VIF, jika kurang dari 10,00 maka tidak terjadi multikolinearitas dan besarnya nilai *tolerance* lebih dari 0,10. Dari perhitungan regresi, maka akan diperoleh nilai VIF dan *Tolerance* sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.831	2.773		1.381	.170		
	X1	.539	.119	.411	4.510	.000	.833	1.201
	X2	.240	.082	.266	2.918	.004	.833	1.201

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer, diolah 2016.

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas dengan menggunakan program SPSS, menunjukkan bahwa variabel X_1 (motivasi kerja) memperoleh nilai VIF 1,201 dan *tolerance* 0,833 dan untuk variabel X_2 (orientasi *smart working)* memperoleh nilai VIF 1,201 dan nilai

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tolerance 0,833. Nilai *tolerance* dan VIF dua variabel dalam kasus ini sama. Hal ini dikarenakan dalam model regresi ini hanya terdiri dari dua variabel bebas saja.

Nilai kedua variabel tersebut semuanya lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas di antara kedua variabel tersebut.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian melalui regresi linear berganda dilakukan untuk menganalisis pengaruh motivasi kerja dan orientasi *smart working* terhadap kinerja karyawan *Multi Level Marketing* syariah PT. K-Link Surabaya. Berdasarkan perhitungan regresi linear berganda antara motivasi kerja (X_1) dan orientasi *smart working* (X_2) terhadap kinerja karyawan (Y) dengan dibantu program SPSS dalam proses perhitungannya dapat diperoleh hasil persamaan sebagai berikut:

Tabel 4.10
Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.831	2.773		1.381	.170
	X1	.539	.119	.411	4.510	.000
	X2	.240	.082	.266	2.918	.004

a. Dependent Variable: Y

$$Y = 3{,}831 + 0{,}539\ X_1 + 0{,}240\ X_2$$

Hasil persamaan regresi linear berganda tersebut di atas memberikan pengertian bahwa:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Nilai konstanta sebesar 3,831 mempunyai arti bahwa jika tidak dipengaruhi variabel bebas, yaitu motivasi kerja dan orientasi *smart working*, maka kinerja karyawan tidak akan mengalami perubahan (konstan).

b. b_1 (nilai koefisien regresi X_1) sebesar 0,539 mempunyai arti bahwa jika motivasi kerja (X_1) pada MLM syariah PT. K-Link Surabaya lebih ditingkatkan sedangkan variabel lain adalah tetap (konstan), maka kinerja karyawan akan meningkat.

c. b_2 (nilai koefisien regresi X_2) sebesar 0,240 mempunyai arti bahwa jika orientasi *smart working* (X_2) pada MLM syariah PT. K-Link Surabaya ditingkatkan sedangkan variabel yang lain adalah tetap (konstan), maka kinerja karyawan akan meningkat.

d. Berdasarkan persamaan regresi tersebut, variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kinerja karyawan adalah motivasi kerja, terbukti dengan nilai koefisien regresi yang paling tinggi yaitu 0, 539.

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika nilai R *Square* mendekati satu maka pengaruh variabel bebas lebih besar terhadap variabel terikat, jika mendekati nol maka pengaruh variabel terikat adalah kecil.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.11
Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.574[a]	.329	.315	2.619

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Pada tabel 4.12 4.13 nilai R *Square* adalah 0,329 atau 32,9%. Hal ini berarti variabel motivasi kerja dan orientasi *smart working* mempengaruhi kinerja karyawan *Multi Level Marketing* syariah PT. K-Link Surabaya sebesar 0,329 atau 32,9% sedangkan sisanya 0,671 atau 67,1% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Pada pengujian secara parsial ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya antara pengaruh motivasi kerja (X_1) dan orientasi *smart working* (X_2) terhadap kinerja karyawan (Y). Hasil uji parsial (uji t) dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Pengaruh motivasi kerja terhadap kinerja karyawan ditunjukkan dengan nilai signifikannya sebesar 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi kerja (X_1) berpengaruh terhadap kinerja karyawan (Y) karena nilai signifikansinya dibawah 0,05 atau 5%.

2) Pengaruh orientasi *smart working* (X_2) terhadap kinerja karyawan ditunjukkan dengan nilai signifikansinya sebesar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

0,004. Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa variabel orientasi *smart working* (X_2) berpengaruh terhadap kinerja karyawan (Y) karena nilai signifikansinya dibawah 0,05 atau 5%.

Tabel 4.13
Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.831	2.773		1.381	.170
	X1	.539	.119	.411	4.510	.000
	X2	.240	.082	.266	2.918	.004

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer, diolah 2016.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja karyawan (Y_1) adalah variabel bebas motivasi kerja (X_1), karena mempunyai nilai beta yang paling tinggi yaitu sebesar 0,411.

b. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel motivasi kerja (X_1) dan orientasi *smart working* (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat yaitu kinerja karyawan (Y) secara serempak.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.12
Hasil Uji F

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	326.114	2	163.057	23.777	.000[a]
	Residual	665.196	97	6.858		
	Total	991.310	99			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer, diolah 2016.

Berdasarkan tabel 4.10 diperoleh signifikansi sebesar 0,000 di bawah 5% atau 0,05 hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Hal ini dapat diartikan bahwa motivasi kerja dan orientasi *smart working* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan. Maka hipotesis yang menyatakan tidak ada pengaruh motivasi kerja dan orientasi *smart working* secara simultan terhadap kinerja karyawan *Multi Level Marketing* syariah PT. K-Link Surabaya ditolak.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id