

ABSTRAK

Irma Herdianingrum (2004). MOTIF BERPRESTASI DISTRIBUTOR *MULTI LEVEL MARKETING* TIANSHI. Yogyakarta: Fakultas Psikologi; Jurusan Psikologi; Program Studi Psikologi, Universitas Sanata Dharma.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengulas secara empiris, tentang sejauh mana motif berprestasi yang dimiliki para Distributor *Multi Level Marketing* Tianshi. Motif berprestasi dalam penelitian ini dibagi dalam lima aspek, yaitu (1) Aspek Tanggung Jawab, (2) Aspek Kebutuhan akan Umpan Balik, (3) Aspek Keinovatifan, (4) Aspek Ketekunan, dan (5) Aspek Resiko yang Moderat.

Subjek yang dipakai dalam penelitian ini adalah Distributor *Multi Level Marketing* Tianshi di Yogyakarta yang masih aktif, baik pria maupun wanita yang berada pada posisi distributor (sudah bergabung), dengan jumlah responden sebanyak 50 orang. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah skala motif berprestasi yang disusun oleh peneliti sendiri. Skala motif berprestasi ini didasari oleh teori Atkinson (1976:73) dan untuk operasionalisasi skala pengukuran digunakan teori dari Mc.Clelland (1985:248).

Hasil uji coba kesahihan aitem dan reliabilitas skala penelitian menghasilkan koefisien reliabilitas sebesar 0,9351, yang menunjukkan bahwa skala tersebut mempunyai status yang handal. Dari hasil analisa data dalam penelitian ini dapat diketahui secara umum subjek dalam penelitian ini mempunyai motif berprestasi yang tinggi karena mean empirik (162,50) lebih besar dari mean teoretik (125), yang terbagi dalam 5 kategori, yaitu kategori tinggi (52%) dan sangat tinggi (44%), serta ada 4% yang termasuk dalam kategori sedang dan tidak ada subjek yang memiliki motif berprestasi rendah dan sangat rendah (0%).

ABSTRACT

Irma Herdianingrum (2004). THE ACHIEVEMENT MOTIVE OF MULTI LEVEL MARKETING TIANSHI DISTRIBUTOR. Yogyakarta: Department of Psychology; Faculty Of Psychology; Majors Psychology; Sanata Dharma University.

The intention of this research is to comment empirically, about just how far achievement motive have had by all of the Multi Level Marketing Tianshi Distributor. Achievement motive in this research is divided into five aspects, that are; (1) Aspect of Responsibility, (2) Aspect Requirement of Feed Back, (3) Aspect of Innovative, (4) Aspect of Assiduity, and (5) Moderating Aspect Risk.

Subject that was used in this research are all of the Multi Level Marketing Tianshi Distributor in Yogyakarta which still is active, man and also woman, residing in on course as distributor (have joined), with the amount of responder counted 50 people. The data collecting appliance that used in this achievement motive scale are compiled by researcher alone. Achievement motive scale is constituted by the theory of Atkinson (1976:73) and for aspect taken as a means of measure using theory of McClelland (1985:248).

The result of test-drive validity item and of reliabilities research scale, yield coefficient of reliabilities equal to 0,9351, which indicating that the scale have reliable status. From result of data analysis in this research can be found out in general that the subject in this research have a high achievement motive, because the empiric mean (162,50) is bigger than theoretic mean (125), which are divided in 5 category that are; high category (52%) and very high (44%) and also there are 4% which included in category and there is no subject owning low achievement motive and very low (0%)