

**PENGARUH *MARKETING EDUCATION* OLEH *SUPPORT SYSTEM UNICORE* TERHADAP *PERCEIVED RISK* PADA
*BISNIS MULTILEVEL MARKETING TIANSHI***

TUGAS AKHIR



DIPARAMA MALANO

1071001145

**PROGRAM SARJANA STRATA 1
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2012**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Diparama Malano

NIM : 1071001145

Tanda Tangan :

Tanggal : 03 Februari 2012

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Diparama Malano
NIM : 1071001145
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh *Marketing Education* oleh *Support System*
Unicore Terhadap Perceived Risk Pada Bisnis *Multilevel*
Marketing Tianshi

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Aurino R. A. Djamaris, Ir., M.M. ()

Penguji I : Ir. Tri Wismiarsi, M.Sc., Ph.D. ()

Penguji II : Ananda Fortunisa, SE, M.Si ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 03 Februari 2012

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Diparama Malano
NIM : 1071001145
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Studi Kasus

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH *MARKETING EDUCATION* OLEH *SUPPORT SYSTEM UNICORE* TERHADAP *PERCEIVED RISK* PADA BISNIS *MULTILEVEL MARKETING* TIANSHI

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia / formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 03 Februari 2011

Yang menyatakan

(Diparama Malano)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur diucapkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul “PENGARUH *MARKETING EDUCATION* OLEH *SUPPORT SYSTEM* UNICORE TERHADAP *PERCEIVED RISK* PADA BISNIS *MULTILEVEL MARKETING* TIANSHI” dengan baik. Penyusunan tugas akhir ini dilakukan sebagai persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Penulis menyadari bahwa bila tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak maka tugas akhir ini akan sulit terselesaikan. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Aurino R. A. Djamaris, Ir., M.M. selaku pembimbing, yang dengan penuh kesabaran memberi pengarahan dan masukan serta memberikan pembekalan ilmu dari awal hingga terselesaikannya tugas akhir ini, dan tak henti-hentinya memberikan semangat kepada penulis untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Ibu Ananda Fortunisa, S.E., M.Si. yang telah meluangkan waktu untuk memberi pembekalan mengenai teori marketing dan juga sebagai pembahas pada saat seminar proposal yang telah banyak sekali memberi masukan positif sehingga dapat menjadi penyempurna di dalam tugas akhir ini hingga terselesaikannya tugas akhir ini.
3. Ibu Ir.Tri Wismiarsi, M.Sc., Ph.D selaku ketua penguji pada sidang tugas akhir ini yang telah menguji dan memberi banyak ilmu marketing terkait dengan pembahasan serta memberi banyak masukan positif dan membangun sehingga hasil tugas akhir ini menjadi lebih baik.

4. Bapak Deddy Herdiansjah, Ph.D selaku ketua program studi manajemen.
5. Seluruh dosen pengajar di Universitas Bakrie yang telah memberikan pengajaran selama empat tahun menjalani proses belajar.
6. Seluruh staf dan karyawan di Universitas Bakrie yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
7. Keluarga penulis, Papa Drs. H. Arsyar Tan Malano, Mama Tanti Malano, serta saudara – saudara penulis, Kak Puti Intan Ageyani Malano, Kak Monthy Pramita Handini Malano, Kak Yearline Quarta Dwina Malano, Kak Dayrico Yosyar Malano, Kak Weeky Sepuardo Malano yang telah memberikan kasih sayang, doa, restu dan semua bentuk dukungan baik moril maupun materil kepada penulis sehingga dapat terselesaikannya tugas akhir ini.
8. Sahabat-sahabat penulis yang selalu setia menemani, menghibur, memberi dukungan, dan tak pernah lelah untuk berjuang bersama, yaitu: Fachreza Prismayanto, Rachma Putri Wijaya, Abiwiyasa Sastrawinata, Andry Prasetya, Rizqi Anantia, Fritzica Yuliasari, Lisyaningrum Asa Hapsari, Dinda Parameswari, Bressiona Chastity, dan sahabat-sahabat lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
9. Lengg Larasasti yang selalu mendukung dan memberikan semangat penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
10. Teman-teman Tianshi dan Unicore umumnya, khususnya Gunadi S, Ade Aryani G, Vida Karina, Charolina Safitri, Faradina Septanisa, Erwina Melisa, M. Deden Pratama, Amalia Hafsari, Harits, dan seluruh teman-teman Tianshi dan Unicore di seluruh Indonesia yang memberi support dan dukungan penuh kepada penulis.

11. Teman-teman Universitas Bakrie, khususnya angkatan 2007 atas segala dukungan, bantuan dan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan tugas akhir ini.
12. Seluruh responden Anggota Tianshi dan Unicore dari seluruh Indonesia yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menjawab kuesioner dari penelitian ini sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
13. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun dari pembaca sangat diharapkan untuk penelitian di masa yang akan datang. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak serta dapat menambah wawasan bagi penulis maupun bagi pembaca.

Jakarta, Februari 2012

Penulis

**PENGARUH *MARKETING EDUCATION* OLEH *SUPPORT SYSTEM*
UNICORE TERHADAP *PERCEIVED RISK* PADA BISNIS *MULTILEVEL
MARKETING TIANSHI***

Diparama Malano¹ Aurino Djamaris²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari *marketing education* oleh *support system* UNICORE terhadap *perceived risk* pada bisnis *multilevel marketing Tianshi*. Penelitian ini menjadikan bisnis *multilevel marketing Tianshi* menjadi kajian yang diteliti. Dalam bisnis, efisiensi dari *supply chain* sangatlah penting, hal ini dilakukan oleh bisnis *multilevel marketing*, dengan cara melakukan pemotongan jalur distribusi. Di Indonesia, masih banyak masyarakat yang memiliki persepsi negatif baik terhadap bisnis MLM ataupun terhadap produk yang ditawarkan. Oleh karena itu Tianshi beserta *support system* unicare memberikan edukasi dengan tujuan untuk menurunkan persepsi resiko yang ada di masyarakat. Sampel yang digunakan sebanyak 384 responden adalah para pelaku bisnis *multilevel marketing Tianshi*, dan masyarakat yang pernah di perkenalkan bisnis ini yang telah mendapatkan program *marketing education* oleh *support system* UNICORE. Dari hasil penelitian Regresi Linear Berganda didapatkan bahwa variabel *Marketing education* memiliki pengaruh sebesar 63.8% maka masih ada variabel lain yang tidak tercakup penelitian ini sebesar 36.2% yang juga mempengaruhi *perceived risk* pada bisnis *multilevel marketing Tianshi*

Kata kunci: *Marketing Education, Perceived Risk, Multilevel Marketing, Tianshi*

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

² Staff Pengajar Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

**THE INFLUENCE OF MARKETING EDUCATION BY UNICORE
SUPPORT SYSTEM TOWARD PERCEIVED RISKS OF TIANSHI
MULTILEVEL MARKETING BUSINESS**

Diparama Malano¹ Aurino Djamaris²

ABSTRACT

The purpose of this paper is to analyze the influence of marketing education by UNICORE support system toward perceive risks of Tianshi multilevel marketing business. In this research, Tianshi multilevel marketing business was the object of the study. Multilevel Marketing has been adapted the supply chain efficiency in order to cut the distribution line. Most of Indonesian people have a negative perception on multilevel marketing businesss. Therefore, Tianshi with UNICORE support system, giving education to the market using seminars and trainings to reduce the negative perception in peoples mind. The sample of this study comprised 384 respondents who already running the tianshi business, and people who already introduced to this business and get all education that prepared by Tianshi and UNICORE. Methodologicaly, this study developed statistically valid and reliable. A multiple linear regression was built and the result showed that marketing education by UNICORE support system affect the perceived risk of Tianshi multilevel marketing business by 63.8%, and there were another variables by 36.2% which also affect the perceived risk of Tianshi multilevel marketing business.

Keyword: Marketing Education, Perceived Risk, Multilevel Marketing, Tianshi

¹Student of Bakrie University, Management Major

² Lecture of Bakrie Univesrity

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Batasan Masalah	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 <i>Marketing Education</i>	7
2.2 <i>Marketing Education</i> oleh <i>support system</i> Unicore	9
2.3 <i>Perceived Risk</i>	12
2.4 Tinjauan Penelitan Terdahulu	14
2.5 Kerangka Konseptual	16
2.6 Hipotesis	17
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian	18
3.2 Uji Validitas	18
3.3 Uji Reliabilitas	19
3.4 Uji Asumsi Klasik	21
3.5 Analisa Data	22
3.6 Teknik Penarikan Sampel	23
3.6.1 Populasi	23
3.6.2 Sampel	23
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Perusahaan	25
4.2 Karakteristik Responden	27
4.3 Analisis Deskriptif	29
4.3.1 Variabel <i>Marketing Education</i> oleh <i>Support System</i> Unicore	29
4.3.2 Variabel <i>Perceived Risk</i>	32
4.4 Analisis Statistik	33
4.4.1 Uji Validitas <i>Construct</i>	33
4.4.2 Uji Reliabilitas	34
4.4.3 Uji Asumsi Klasik	34
4.5 Pengujian Hipotesis	38

4.6 Pembahasan	41
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	46
5.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	49

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian	19
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	27
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif Variabel <i>ME</i> oleh <i>Support System Unicore</i>	31
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Risk</i>	32
Tabel 4.4 Uji Validitas <i>Construct</i>	33
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas	34
Tabel 4.6 Uji Autokorelasi	35
Tabel 4.7 Spearman's rho	36
Tabel 4.8 Uji Linearitas	37
Tabel 4.9 Hubungan Antar Variabel	38
Tabel 4.10 Pengaruh Antar Variabel.....	39
Tabel 4.11 Koefisien X1-X6.....	39
Tabel 4.12 Koefisien ME Bersama-sama.....	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	16
Gambar 4.1 Normal P-Plot	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	52
Lampiran 2. Hasil Uji Reliabilitas	56
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas	57
Lampiran 4. Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Marketing Education</i>	60
Lampiran 5. Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Risk</i>	67
Lampiran 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	69