

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *adversity quotient* dengan loyalitas kerja pada member marketing multi level pada PT.X di Yogyakarta. Hipotesis yang ditunjukkan adalah adanya hubungan yang positif antara *adversity quotient* dengan loyalitas kerja. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 83 orang yang memiliki beberapa karakteristik yaitu merupakan *member multi level marketing* PT.X dengan usia minimal 18 tahun. Cara pengambilan subjek dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Pengambilan data penelitian ini menggunakan Skala *Adversity Quotient* dan Skala Loyalitas Kerja. Teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi *product moment* dari Karl Pearson. Berdasarkan hasil analisis data diperoleh koefisien korelasi (R) sebesar 0,550 dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel *adversity quotient* dengan loyalitas kerja. Diterimanya hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,303, hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *adversity quotient* memberikan sumbangan efektif sebesar 30,3% terhadap variabel loyalitas kerja dan sisanya 69,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti karakteristik pekerjaan, karakteristik desain perusahaan, pengalaman yang diperoleh dalam perusahaan, faktor rasional, faktor emosional dan faktor kepribadian.

Kata kunci: *adversity quotient*, loyalitas kerja

ABSTRACT

This research aims to determine the relationship between adversity quotient and work loyalty to multi level marketing member at PT. X in Yogyakarta. The hypothesis shown is the existence of a positive relationship between adversity quotient and work loyalty. The subjects in this study were released 83 people who had several characteristics, namely members of multi-level marketing PT.X with a minimum age of 18 years. How to capture a subject using the purposive sampling method. Data retrieval of this research uses the Adversity Quotient scale and work loyalty scale. The data analysis technique used was the correlation of the product moment from Karl Pearson. Based on the results of data analysis obtained coefficient of correlation (R) of 0.550 with $P = 0.000$ ($P < 0.05$). This indicates that there is a link between adversity quotient variable with job loyalty. The receipt of the hypothesis in this study showed a coefficient of determination (R^2) of 0.303, it indicates that the adversity quotient variable provides an effective contribution of 30.3% to the working loyalty variable and the remaining 69.7% is influenced by other factors that are not researched in this study such as job characteristics, company design characteristics, acquired experience in the company, rational factors, emotional factors and personality factors.

Keywords: *adversity quotient, job loyalty*