**HUBUNGAN ANTARA *ADVERSITY QUOTIENT* DENGAN LOYALITAS KERJA PADA *MEMBER MULTI LEVEL MARKETING* PT.X DI YOGYAKARTA**

**NASKAH PUBLIKASI**



*Oleh:*

*Syarifatun*

*16081070*

**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA**

**YOGYAKARTA**

**2020**

**HUBUNGAN ANTARA *ADVERSITY QUOTIENT* DENGAN LOYALITAS KERJA PADA *MEMBER MULTI LEVEL MARKETING* PT.X DI YOGYAKARTA**

**Syarifatun(1), Sowanya Ardi Prahara(2)**

Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta

 1 rifa.rf81@gmail.com2sowanya\_hara@yahoo.com

**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 ditunjukan adalah adanya hubungan yang positif antara *adversity quotient* dengan loyalitas kerja. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 83 orang yang memiliki beberapa karakteristik yaitu dengan memilik 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 varibael *adversity quotient*  dengan loyalitas kerja. Diterimanya hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan koefisien determinasi (R2) 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 sperti karakteristik pekerjaan, karakteristik desain perusahaan, pengalaman yang diperoleh dalam perusahaan, faktor rasional, faktor emosional dan faktor kepribadian.

**Kata kunci:** *adversity quotient,* loyalitas kerja

***THE RELATIONSHIP BETWEEN ADVERSITY QUOTIENT WITH JOB LOYALTY TO MULTI LEVEL MARKETING MEMBER PT. X IN YOGYAKARTA***

**Syarifatun(1), Sowanya Ardi Prahara(2)**

Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta

 1 rifa.rf81@gmail.com2sowanya\_hara@yahoo.com

***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 excluded 83 people who had several characteristics, namely by having 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 varibael 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*

**PENDAHULUAN**

Indonesia menjadi daerah pemasaran produk yang cukup potensial bagi perusahaan-perusahaan, karena Indonesia merupakan negara yang memiliki jumlah penduduk yang cukup besar (Purnamasari, 2014). Perkembangan bisnis yang begitu pesat saat ini, mengharuskan perusahaan untuk memperhatikan faktor-faktor produksi yang ada, salah satunya adalah memperhatikan sumber daya manusia (Sungkono & Dewi, 2017). Oleh sebab itu perusahan harus memiliki keunggulan-keunggulan kompetitif.

Keunggulan kompetitif ini dapat diperoleh dengan memiliki sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas dan memiliki loyalitas tinggi terhadap perusahaan sehingga dapat memberdayakan sumber daya yang dimilikinya secara efektif efisien dan produktif (Ratnasari, Rahardjo, & Mukzam, 2013). Karena salah satu faktor penentu berhasil atau gagalnya organisasi adalah faktor SDM. Keunggulan mutu bersaing suatu organisasi sangat ditentukan oleh mutu SDMnya. Memiliki sumber daya manusia yang sesuai dengan kebutuhan merupakan keuntungan tersendiri bagi perusahaan. Dengan adanya sumber daya tepat, maka akan membantu dalam tercapainya tujuan perusahaan (Saputra & Hindiarto, 2015).

Perkembangan bisnis pun semakin meluas, salah satu bisnis yang tetap bertahan hingga kini yakni bisnis *multilevel marketing* (Fatimah & Dewi, 2017). Secara umum *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* (Sahlan, 2016). Bisnis *multi level marketing* berkembang sangat pesat di Indonesia setelah terjadi krisis moneter dan juga MLM telah mempunyai ijin usaha dan di tetapkan oleh Menteri Perdagangan Republik Indonesia (Purnamasari, 2014).

Perusahaan yang menjalankan bisnisnya dengan sistem MLM tidak hanya menjalankan penjualan produk barang, tetapi juga produk jasa, yaitu jasa marketing yang berlevel-level (bertingkat-tingkat) dengan imbalan berupa marketing *fee*, bonus, dan sebagainya, di mana semua itu bergantung pada prestasi, penjualan, dan status keanggotaan distributor.

Fatimah dan Dewi (2017) mengungkapkan banyak berita miring terkait bisnis multilevel marketing ini seperti penipuan, cuci uang, dan lain-lain. Fenomena yang terjadi saat ini tentang adanya bisnis *multi level marketing* yaitu mayoritas orang yang mengikuti bisnis *multi level marketing* lebih besar modal yang dikeluarkan ketimbang menerima profitnya, sehingga banyak masyarakat yang beranggapan bahwa bisnis ini adalah bisnis *online* yang berkedok penipuan dan membodoh-bodohi. Oleh sebab itu untuk menghadapi tantangan tersebut menurut Soegandhi, Sutanto, dan Setiawan (2013) diperlukannya loyalitas dan sikap kerja dalam melaksanakan kegiatan kerja, sehingga dengan demikian seorang *member multi level* *marketing* akan selalu melaksanakan pekerjaan dengan baik. Karena loyalitas seorang karyawan dalam suatu organisasi itu mutlak diperlukan demi kesuksesan organisasi itu sendiri.

Widhiastuti (2012) mengatakan bahwa tantangan dan kesulitan dapat menyebabkan menurunnya tingkat loyalitas seorang karyawan. Seorang yang sering merasa kecewa di perusahaannya, kecewa terhadap atasannya, kemudian perasaan negatif seperti ingin meninggalkan perusahaan, merasa bekerja diperusahaan lain lebih menguntungkan, tidak merasakan manfaat dari pekerjaan, dan menyesali bergabung di sebuah perusahaan, biasanya karyawan akan memiliki tingkat loyalitas yang rendah (Rinanda, 2016). Apabila dalam suatu organisasi para karyawannya memiliki loyalitas kerja yang rendah, maka hal tersebut akan semakin sulit bagi organisasi untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya (Soegandhi, Sutanto, & Setiawan, 2013).

Adiwibowo (2012) loyalitas merupakan kesetiaan, pengabdian dan kepercayaan yang diberikan atau ditunjukkan kepada seseorang atau lembaga, yang didalamnya terdapat rasa cinta dan tanggung jawab untuk berusaha memberikan pelayanan dan perilaku terbaik. Hasibuan (2014) juga berpendapat bahwa loyalitas merupakan kesetiaan karyawan terhadap pekerjaanya, jabatannya, dan organisasinya. Kesetiaan ini dicerminkan oleh kesediaan karyawan menjaga dan membela organisasi di dalam maupun di luar pekerjaan dari rongrongan orang tidak bertanggung jawab.

 Adiwibowo(2012)mengemukakan aspek-aspek loyalitas karyawan yakni taat pada peraturan, tanggung jawab, dan sikap kerja. Karyawan taat pada peraturan dan mempunyai tekat serta kesanggupan untuk menaati segala peraturan, perintah dari perusahaan dan tidak melanggar larangan yang telah ditentukan baik secara tertulis maupun tidak tertulis, tanggung jawab pekerjaan dan prioritas tugasnya mempunyai konsekuensi yang dibebankan karyawan, dan sikap kerja yang mempunyai sisi mental yang mempengaruhi individu dalam memberikan reaksi terhadap stimulus mengenai dirinya diperoleh dari pengalaman dapat merespon stimulus tidaklah sama.

Survei mengenai loyalitas kerja pernah dilakukan oleh *Global Workforce Study* (dalam Towers, 2014) terhadap 32.000 karyawan di seluruh dunia termasuk lebih dari 1000 karyawan di Indonesia dari berbagai level dan demografi. Survey menunjukkan bahwa sebanyak 66% karyawan di Indonesia cenderung meninggalkan tempat kerjanya dalam kurun waktu dua tahun. Pada penelitian yang lain juga dilakukan oleh Valentino (2016) didapat hasil bahwa rata rata karyawan CV Trijaya Manunggal memiliki loyalitas pada level sedang, sedangkan beberapa karyawan yang lainnya berada pada level tinggi dan juga beberapa karyawan ada yang tergolong rendah loyalitasnya.

Gomes dan Sutanto (2017) mengatakan seorang karyawan seharusnya memiliki loyalitas yang tinggi, karena seseorang memiliki loyalitas tinggi akan selalu mempunyai semangat dan tanggung jawab yang tinggi dalam melaksanakan setiap tugasnya dan selalu berpikir untuk memajukan organisasi semaksimal mungkin. Di dalam sebuah organisasi loyalitas karyawan sangatlah penting. Tanpa adanya loyalitas maka sebuah organisasi tidak akan berjalan dengan baik. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Mariana dan Irfani (2015) loyalitas karyawan di perusahaan atau organisasi sangatlah mutlak di perlukan karena loyalitas karyawan diperlukan demi kesuksesan organisasi itu sendiri.

Sutriniasih (2015) ada 4 faktor yang mempengaruhi loyalitas pada karyawan yakni karakteristik pekerjaan yaitu, pekerjaan terkait dengan jati diri tugas yang memungkinkan karyawan untuk melaksanakan pekerjaan seutuhnya, karakteristik pengalaman kerja yaitu, penguasaan terhadap pekerjaan, apabila karyawan mampu mengguasai pekerjaan dan peralatan dengan baik maka keinginan karyawan untuk berhenti akan menurun dan karyawan akan merasa nyaman untuk bekerja sesuai dengan tugas pokok dan fungsi di perusahaan, karakteristik perusahaan yaitu , hal-hal yang termasuk di dalamnya adalah sumber daya organisasi. Sumber daya organisasi penting untuk sebuah pengembangan karir, karakteristik pribadi yang meliputi usia, masa kerja, jenis kelamin, tingkat pendidikan, prestasi yang dimiliki, ras, dan sifat kepribadian.

Salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas kerja berkaitan dengan karakteristik pribadi. Karakteristik pribadi yang dimaksud adalah *adversity quotient* yang mana menurutStoltz (2007) merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk bertahan menghadapi serta mengatasi kesulitan yang dialami dalam mencapai suatu tujuan. Nurhayati dan Fajrianti (2015) juga mengatakan bahwa *adversity quotient* berada dalam diri setiap individu, *adversity quotient* merupakan ketangguhan dalam bertahan mengatasi cobaan, setiap individu dalam menghadapi dan mengatasi kesulitan hidup memiliki cara yang berbeda-beda. Seorang *member* *multi level marketing* diharapkan untuk dapat bertahan menghadapi serta mengatasi kesulitan yang dialami dalam mencapai suatu tujuan, karena itu untuk menghadapi kesulitan dibutuhkan kemampuan *adversity quotient.*

Srimulyani (2013) mengatakan bahwa individu yang memiliki *adversity quotient* mampu mengubah hambatan menjadi peluang*,* karena memiliki kemandirian, lebih berani mengambil resiko, serta dapat berfikir kreatif dan inisiatif. Stoltz (2007) juga mengatakan individu yang memiliki *adversity quotient* yang tinggi memiliki sikap yang optimis, dan inovatif dalam memecahkan suatu permasalahan. Sedangkan individu yang memiliki *adversity quotient* yang rendah individu tersebut akan mudah untuk menyerah dan cenderung menghindari tantangan.

Stoltz (2007) *adversity quotient* adalah suatu kemampuan yang dimiliki setiap individu untuk bertahan dalam menghadapi serta mengatasi suatu kesulitan dan mengubah hambatan menjadi peluang keberhasilan untuk mencapai tujuan. Nurhayati dan Fajrianti (2015) juga mengatakan *adversity quotient* merupakan ketangguhan dalam bertahan mengatasi cobaan, *adversity quotient* berada dalam diri setiap individu dan setiap individu dalam menghadapi dan mengatasi kesulitan hidup berbeda-beda. Tingkat kemampuan tersebut yang dimiliki akan berdampak pada kesanggupan menjalani hidup dan mampu memberikan manfaat besar bagi kesuksesan.

Stoltz (2007) menawarkan empat dimensi dasar yang akan menghasilkan kemampuan *adversity quotient*, yaitu *control* (kendali) yaitu kendali umumnya bersifat internal dan seringnya sangat bersifat individual, karena diri sendirilah yang bisa mengendalikan respon yang diterima dari lingkungan, *origin – ownership* (asal usul dan pengakuan) yaitu asal usul dari kesulitan yang dialami; siapa atau apa yang menyebabkan kesulitan itu terjadi, *reach* (jangkauan) yaitu sejauh mana kesulitan ini akan merambah kehidupan seseorang menunjukkan bagaimana suatu masalah mengganggu aktivitas lainnya, sekalipun tidak berhubungan dengan masalah yang sedang dihadapi, *endurance* (daya tahan) yaitu berapa lama kesulitan ini akan berlangsung dan berapa lama penyebab kesulitan ini akan berlangsung.

Ningsih (2013) seseorang yang memiliki *adversity quotient*  yang baik mempunyai kemampuan lebih untuk menyelesaikan tugas dengan baik. Hal tersebut juga di kemukakan oleh Stoltz (2007) bahwa seseorang yang memiliki *adversity quotient* yang tinggi dapat memotivasi diri sendiri, memiliki semangat tinggi, berjuang untuk mendapatkan serta menghasilkan yang terbaik dalam hidupnya, berusaha dengan mengabaikan segala keterbatasan dan kesulitan untuk mewujudkan impian. Dengan begitu seorang yang selalu berfikir untuk memajukan organisasi semaksimal mungkin, memiliki semangat dan tanggung jawab yang tinggi dalam melaksanakan setiap tugasnya, maka hal itu mencerminkan bahwa individu tersebut memiliki tingkat loyalitas yang tinggi (Gomes dan Sutanto, 2017).

Sebaliknya apabila seseorang memiliki *adversity quotient* yang rendah seseorang akan lebih mudah menyerah, dan menghindari tantangan (Stoltz, 2007). Hal tersebut akan membuat seseorang kurang bertanggung jawab, Gomes dan Sutanto (2017) mengatakan bahwa seseorang yang tidak bertanggung jawab, tidak melaksanakan pekerjaan dengan baik dan tidak setia pada organisasinya mencerminkan seseorang yang tidak memiliki loyalitas. Secara tidak langsung seseorang yang tidak mampu mengontrol atau mengatasi masalahnya dengan baik dapat menurunkan kualitas pekerjaannya (Stoltz dalam Ningsih, 2013). Suatu organisasi atau perusahaan yang memiliki karyawan dengan loyalitas kerja yang rendah, akan semakin sulit bagi organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya, karena kesuksesan suatu organisasi mutlak diperlukan loyalitas kerja di dalamnya, semakin tinggi loyalitas karyawan di suatu organisasi, maka akan semakin mudah bagi organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan yang sudah ditetapkan sebelumnya (Soegandhi, Sutanto, & Setiawan, 2013).

Penelitian sebelumnya Mariana dan Irfani (2015) meneliti tentang hubungan kepuasan kerja dengan loyalitas kerja perawat honor RSUD Kabupaten Padang Pariaman. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya yakni pada penelitian ini menggunakan variabel *adversity quotient* dengan loyalitas kerja. Selain itu penggunaan subjek dan lokasi penelitian juga berbeda, yang mana penelitian ini dilakukan pada subjek *member* *multi level marketing* PT.X di Yogyakarta. Mengacu pada hal-hal di atas, maka penulis tertarik untuk mengajukan suatu permasalahan yaitu: Apakah ada hubungan antara *adversity quotient* dengan loyalitas kerja *member* pada *multi level marketing* PT.X di Yogyakarta ?

**METODE**

Subjek dalam penelitian ini adalah *member multi level marketing* PT.X di Yogyakarta. Pengambilan subjek dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah subjek dalam penelitian ini sebanyak 83 subjek. Metode penyusunan skala dalam penelitian ini mengacu pada model *likert*. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala *Adversity Quotient* dan Skala Loyalitas Kerja dengan aitem-aitem skala yang hanya dibagi dalam satu kelompok saja, yaitu kelompok *favourable*. Bentuk skala yang digunakan adalah model skala likert, dengan 4 alternatif jawaban yaitu: Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Skala *Adversity Quotient* terdiri dari 17 aitem dengan koefisien aitem-total (Rix) daya beda aitem bergerak dari rentang 0,318 – 0,720, sedangkan Skala Loyalitas Kerjaterdiri dari 15 aitem dengan koefisien aitem-total (Rix) daya beda aitem bergerak dari rentang 0,339 – 0,684. Berdasarkan hasil perhitungan dari Skala *Adversity Quotient* diperoleh koefisien reliabilitas alpha (α) sebesar 0,864 dan Skala Loyalitas Kerjadiperoleh koefisien reliabilitas alpha (α) sebesar 0,874. Metode analisis data menggunakan teknik korelasi *product moment*. Keseluruhan data dianalisis menggunakan program analisis data.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sebelum melakukan uji hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji normalitas dan linearitas. Uji normalitas menggunakan teknik analisis model kolmogorov-smirnov. Dari hasil uji normalitas variabel loyalitas kerja diperoleh KS-Z = 0.150 dengan p = 0.000 dan variabel *adversity quotient* diperoleh KS-Z = 0.167 dengan p = 0.000. Data tersebut menunjukkan bahwa skor variabel Loyalitas Kerja dan skor variabel *Adversity Quotient* terdistribusi tidak normal. Selanjutnya pada uji linearitas diperoleh F = 46.242 dan p = 0.000. Hal tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara *adversity quotient* dengan loyalitas kerja merupakan hubungan linier.

Dari hasil analisis *product moment* (*pearson correlation*) diperoleh koefisien korelasi (rxy) = 0.550 dengan p = 0.000 (p < 0,05) yang berarti terdapat hubungan antara *adversity quotient* dengan loyalitas kerja pada *member multi level marketing* PT.X di Yogyakarta. Hal tersebut menunjukan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima. Besarnya nilai R = 0,550 yang artinya antara variabel *adversity quotient* dengan variabel loyalitas kerjamemang terdapat korelasi, besar kecilnya korelasi dinyatakan dalam angka korelasi yang disebut dengan koefisien korelasi. Koefisien korelasi dari 0,000 sampai +1,000 menunjukan korelasi yang positif, sebaliknya koefisien korelasi dari 0,000 sampai -1,000 menunjukan korelasi yang negatif. Hal tersebut menunjukkan hubungan antar variabel merupakan hubungan yang positif dan menunjukkan hubungan satu arah. Dengan kata lain setiap peningkatan nilai *adversity quotient* maka akan diikuti oleh peningkatan loyalitas kerja Sebaliknya, setiap penurunan nilai *adversity quotient* akan diikuti oleh penurunan nilai loyalitas kerja(Hadi, 2016).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumya yang dilakukan oleh Gupita (2014) yang mengungkap bahwa terdapat pengaruh signifikan dari *adversity quotient* dengan loyalitas kerja. Adanya hubungan antara *adversity quotient* dengan loyalitas kerja berarti setiap aspek pada *adversity quotient* memberikan sumbangan terhadap loyalitas kerja pada *member multi level marketing* PT.X di Yogyakarta.

Hasil kategorisasi loyalitas kerja yaitu kategorisasi tinggi sebesar 32.5%, kategori sedang sebesar 19,3%, dan kategori rendah sebesar 48.2%. Dari hasil tersebut dapat di ketahui bahwa loyalitas kerja pada *member multi level marketing* PT.X di Yogyakarta termasuk dalam kategori rendah. Pada kategorisasi variabel *adversity quotient* yaitu kategorisasi tinggi sebesar 35%, kategorisasi sedang sebesar 14.5%, dan rendah sebesar 50.5%. Hasil kategorisasi tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar *member* memiliki *adversity quotient* yang cenderung rendah.

Dimensi *control* atau kendali adalah kemampuan individu untuk mengelola dan mengendalikan suatu kesulitan atau hambatan yang dialami individu dalam hidupnya Stoltz (2007). Menurut Stoltz (2007) seseorang yang memiliki kendali yang rendah maka individu tersebut akan mudah untuk menyerah dan tidak menyelesaiakan masalahnya. Sujiyanto (2017) mengatakan seseorang yang kurang dapat mengatasi masalah, memiliki perasaan negatif, bahkan ingin meninggalkan perusahaan serta menyesal bergabung dengan perusahaan, hal tersebut menunjukkan memiliki tingkat loyalitas kerja yang rendah. Hal ini didukung hasil lapangan yang menunjukkan bahwa ketika *mood* subjek tidak bagus, subjek tidak dapat bekerja dengan optimal, dan tidak dapat bekerja dengan baik ketika memiliki permasalahan dalam pekerjaan. Hal tersebut membuat subjek tidak dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan dan kurang bertanggung jawab penuh atas posisi yang dimilikinya.

Pada dimensi *origin-ownership* yang merupakan sejauh mana seseorang dapat mengendalikan dirinya sendiri untuk memperbaiki situasi yang dihadapi tanpa memperdulikan penyebabnya serta bagaimana seseorang dapat bertanggung jawab atas kesalahan tersebut (Stoltz, 2007). Menurut Stoltz (2007) seseorang yang memiliki *origin-ownership* rendah cenderung akan berfikir bahwa dirinyalah yang menjadi penyebab atas segala masalah yang terjadi, sehingga seseorang akan menyalahkan dirinya sendiri dari pada bertindak untuk menyelesaikan masalahnya. Lebih lanjut, hal tersebut memiliki dampak yang membuat individu tersebut hilangnya semangat dan konsep diri yang keliru sehingga menjadikan individu kurang dapat bertanggung jawab. Hardianty (2014) berpendapat bahwa seseorang yang memiliki semangat dan disiplin kerja yang rendah menyebabkan prestasi kerja yang menurun, hal ini menunjukkan individu tersebut memiliki loyalitas kerja yang rendah. Hal ini didukung hasil lapangan yang menunjukkan bahwa subjek kurang bisa mengakui dan menjelaskan kesalahan yang di perbuat di dalam tim serta tidak segera memperbaiki kesalahan yang diperbuat. Oleh karena itu subjek tidak dapat mengembangkan timnya dan kurang dapat memajukan tim untuk mencapai kesuksesan.

Pada dimensi *reach* atau jangkauan menggambarkan sejauh mana suatu kesulitan yang dihadapi seseorang akan merambah pada kehidupan atau aktivitasnya (Stoltz, 2007). Menurut Stoltz (2007) seseorang dengan *reach* yang rendah akan membuat suatu kesulitan mempengaruhi aktivitas atau kehidupannya, hal ini akan mengganggu kelangsungan hidup individu tersebut serta membuat pandangan yang menyimpang terhadap kesulitan, sehingga individu tidak berdaya untuk mengambil tindakan dan membuat individu merasa frustasi dalam menghadapi masalah pekerjaan. Sujiyanto (2017) mengatakan individu yang merasa kecewa, menyesali bergabung dengan perusahaan, dan memiliki perasaan negatif seperti ingin meninggalkan perusahaan, hal ini mencerminkan individu tidak loyalitas. Hal ini didukung hasil lapangan yang menunjukkan bahwa subjek tidak dapat menjaga kualitas kerjanya ketika memiliki masalah pribadi, seperti kurang bisa bekerja dengan baik dan tidak berkonsentrasi dalam menyelesaikan pekerjaan. Sehingga subjek kurang berperan aktif ketika ada diskusi dalam tim dan subjek tidak dapat mengembangkan timnya.secara maksimal.

Pada dimensi *endurance* (daya tahan) merupakan ketahanan individu dalam menghadapi masalah serta bagaimana seseorang memecahkan masalah yang sedang dialaminya (Stoltz, 2007). Lebih lanjut, seseorang dengan daya tahan yang rendah, akan menganggap penyebab kesulitan yang dihadapi berlangsung lebih lama serta dapat menimbulkan masalah baru, hal ini dapat membuat seseorang untuk mudah menyerah dan menghindari tantangan (Stoltz, 2007). Hal tersebut akan membuat seseorang kurang bertanggung jawab, Gomes dan Sutanto (2017) mengatakan bahwa seseorang yang tidak bertanggung jawab, tidak melaksanakan pekerjaan dengan baik dan tidak setia pada organisasinya mencerminkan seseorang yang tidak memiliki loyalitas. Menurut Soegandhi, Sutanto, dan Setiawan (2013) apabila dalam suatu perusahaan atau organisasi memiliki karyawan dengan loyalitas kerja yang rendah, maka akan membuat organisasi atau perusahaan tersebut sulit untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah di tetapkan sebelumnya. Hal ini didukung hasil lapangan yang menunjukkan bahwa ketika subjek dimarahi rekan kerja, subjek kurang bisa menjaga hubungan baik dengannya, subjek juga mengeluh dan tidak segera menyelesaikan masalah. Sehingga membuat subjek menyerah saat menghadapi kesulitan dan tidak dapat maksimal untuk mengembangkan timnya.

**KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *adversity quotient* dengan loyalitas kerja pada *member* *multi level marketing* PT.X di Yogyakarta. Hal tersebut dapat dilihat dari koefisien korelasi (rxy) sebesar 0,550 dengan taraf signifikansi p = 0.000 (p < 0,05). Artinya semakin tinggi *adversity quotient* maka semakin tinggi pula loyalitas kerja pada *member multi level marketing* PT.X di Yogyakarta. Sebaliknya, jika semakin rendah *adversity quotient* maka semakin rendah pula loyalitas kerja pada *member multi level marketing* PT.X di Yogyakarta.

Sedangkan dari hasil kategorisasi dapat diketahui bahwa sebagian besar *member multi level marketing* PT.X memiliki *adversity quotient* yang rendah dengan presentase subjek 50.5% dan loyalitas kerja yang rendah dengan presentase subjek 48.2%. Hasil penelitian ini juga menunjukkan koefesien determinasi (R²) yang diperoleh dalam penelitian ini 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 emosioanl dan faktor kepribadian.

**SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan, maka peneliti mengajukan beberapa saran, bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti keterkaitan antara *adversity quotient* dengan loyalitas kerja diharapkan dapat meneliti dengan mempertimbangkan faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini sepeti karakteristik pekerjaan, karakteristik desain perusahaan, pengalaman yang diperoleh dalam perusahaan, faktor rasional, faktor emosioanl dan faktor kepribadian. Selain itu diharapkan untuk peneliti selanjutnya untuk menyebar skala penelitian ketika subjek penelitian sedang mengadakan acara seperti seminar atau rapat dengan rekan kerja, sehingga skala penelitian cepat terisi.

Saran bagi *member multi level marketing*, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada subjek agar subjek dapat menumbuhkan keasadaran akan pentingnya loyalitas kerja dan *adversity quotient* dalam lingkungan pekerjaan untuk menghadapi setiap masalah dalam bekerjaan. Kedua hal tersebut sangat penting untuk kemajuan tempat bekerja dan juga untuk kemajuan serta perkembangan diri pribadi. Selanjutnya untuk meningkatkan loyalitas kerja *member* disarankan untuk meningkatkan *control, origin-ownership, reach* dan *endurance* yang ada pada dirinya.

Saran bagi pihak perusahan diharapkan dapat meningkatkan loyalitas kerja pada *member* perusahaan yang belum memiliki kategori tinggi, dan juga menjaga loyalitas kerja *member* perusahaan yang sudah masuk kategori tinggi. *Adversity quotient* dapat meningkatkan loyalitas kerja sehingga dapat meningkatkan persepsi positif *member* dan *member* tidak mudah menyerah dalam menangani setiap masalah. Untuk meningkatkan loyalitas kerja perusahaan dapat meningkatkan dimensi yang ada pada *adversity quotient* yaitu *control, origin-ownership, reach* serta *endurance.*

**DAFTAR PUSTAKA**

Adiwibowo, A. S. (2012). Kepemimpinan dan loyalitas terhadap kinerja karyawan RSJ menur Surabaya. *Manajemen Bisnis*, *2*(01), 41–58.

Akbar, F. (2017). *Pengaruh insentif terhadap loyalitas kerja karyawan bank BRI kantor wilayah Pekanbaru*. *4*(1), 1–13.

Azwar, S. (2015). *Reliabilitas dan validitas edisi keempat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Azwar, S. (2016). *Penyusunan skala psikologi edisi 2*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Fatimah, F. F., & Dewi, M. P. (2017). Pengaruh persepsi kompensasi dan motivasi berprestasi terhadap komitmen organisasi pada multi level marketing representatif. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, *10*(1), 57–63.

Gomes, L., & Sutanto, E. M. (2017). Pengaruh motivasi kerja dan loyalitas karyawan terhadap kinerja karyawan di cv hartono flash Surabaya. *Agora - Online Graduate Humanities Journal*, *5*(3).

Gupita, A. S. A. (2014). *Hubungan adversity quotient dan loyalitas kerja pada pegawai negeri sipil di Dinas Perhubungan Provinsi Kalimantan Timur*. Universitas Sanata Dharma.

Hadi, S. (2016). *Metodologi riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Hardianty, I. (2014). Pengaruh karakteristik pribadi dan komitmen organisasi terhadap loyalitas pegawai negeri sipil dinas perindustrian perdagangan dan pengelolaan pasar Kabupaten Indragiri Hulu. *JOM Fekon*, *1*(2).

Hasibuan, H. M. S. P. (2014). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Hurlock, E. B. (2000). *Psikologi perkembangan: Suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan*. Jakarta: Erlangga.

Jusuf, H. (2010). *Tingkatkan loyalitas guna peningkatan prestasi kerja dan karir*. Yogyakarta: Andi Offset.

Khuong, M. N., & Tiem, B. D. (2013). Factors influencing employee loyalty directly and indirectly through job satisfaction–A study of banking sector in Ho Chi Minh City. *International Journal of Current Research and Academic Review*, *1*(4), 81–95.

Mariana, R., & Irfani, H. (2015). Hubungan kepuasan kerja dengan loyalitas kerja perawat honor rsud Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal RAP UNP*, *6*(2), 193–202.

Ningsih, J. (2013). *Hubungan antara adversity quotient dengan kepuasan kerja pada karyawan pt. bina insan sukses mandiri*. *1*(1).

Nurhayati, & Fajrianti, N. (2015). Pengaruh adversity quotient (AQ) dan motivasi berprestasi terhadap prestasi belajar matematika. *Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, *3*(1), 72–77.

Purba, B. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas karyawan pada pt.karya swadaya abadi (karsa) Medan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *16*(2), 33–46.

Puri, Y. S. (2013). Hubungan antara adversity quotient dengan minat berwirausaha siswa kelas xii pemasaran di smkn 1 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, *1*(1), 1–20.

Purnamasari, D. (2014). Pengaruh persepsi downline tentang kualitas jasa upline pada multi level marketing tianshi terhadap loyalitas downline di Malang. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, *4*(2), 1–14.

Ratnasari, N. M. M. D., Rahardjo, K., & Mukzam, M. D. (2013). *Pengaruh insentif terhadap loyalitas karyawan (studi pada karyawan tetap pt.sier (persero), Surabaya)*. *2*(2), 182–189.

Rinanda, silvi I. (2016). Faktor yang mempengaruhi loyalitas karyawan di hotel dyan graha Pekanbaru. *JOM FISIP*, *3*(2).

Sahlan, A. (2016). Bisnis multi level marketing (MLM). *Jurnal Kependidikan Dan Syariah*, *04*(01), 57–66.

Saputra, S. D. R., & Hindiarto, F. (2015). Hubungan antara kualitas interaksi sosial atasan bawahan dan persepsi terhadap kompensasi dengan komitmen organisasi pada member perusahaan multi level marketing pt. herbalife indonesia. *Jurnal Psikodimensia*, *14*(1), 49–66.

Soegandhi, vannecia M., Sutanto, E. M., & Setiawan, R. (2013). Pengaruh kepuasan kerja dan loyalitas kerja terhadap organizational citizenship behavior pada karyawan pt . surya timur sakti Jatim. *Jurnal Agora*, *1*(1), 5–10.

Srimulyani, V. A. (2013). Analisis pengaruh kecerdasan adversitas, internal locus of control, kematangan karir terhadap intensi berwirausaha pada mahasiswa bekerja. *Widya Warta*, *1*(2), 96–110.

Stoltz, P. G. (2007). *Faktor paling penting dalam meraih sukses: Adversity quotient mengubah hambatan menjadi peluang*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.

Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabeta.

Sujiyanto. (2017). Pengaruh integritas dan loyalitas pegawai terhadap kebijakan pimpinan dan dampaknya terhadap kinerja di lingkungan dinas komunikasi dan informatika Kota Batu. *JIMMU*, *II*(2).

Sungkono, S. W., & Dewi, I. M. (2017). Pengaruh prestasi kerja, loyalitas kerja terhadap promosi jabatan di pt.Bali Pawiwahan Coco Group. *E-Jurnal Manajemen Unud*, *6*(4), 1991–2017.

Sutriniasih, S. K. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas mahasiswa. *E-Journal Pendidikan Ekonomi*, *10*(2), 72–87.

Towers, W. (2014). survei: perusahaan sulit pertahankan karyawan kompeten. Retrieved from https://ekbis.sindonews.com/read/931567/34/survei-perusahaan-sulit-pertahankan-karyawan-kompeten-1417455396

Utami, I. B., Hardjono, & Karyanta, N. A. (2013). Hubungan antara optimisme dengan adversity quotient pada mahasiswa Program Studi ssikologi fakultas kedokteran UNS yang mengerjakan skripsi. *Jurnal Ilmiah Psikologi Candrajiwa*, *2*(5), 154–167.

Valentino, M., & Haryadi, B. (2016). Loyalitas karyawan pada cv trijaya manunggal. *Agora*, *4*(2), 328–337.

Widhiastuti, H. (2012). *Membangun loyalitas sumber daya manusia*. Semarang University Press.