

**PENGARUH MOTIVASI, KERJA CERDAS DAN PROMOSI  
PENJUALAN TERHADAP KINERJA DISTRIBUTOR MULTI  
LEVEL MARKETING**

**(Studi Kasus pada Stockist Center PT. Natural Nusantara  
Purbalingga)**



**SKRIPSI**

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:  
**NURUL AFNIDA**  
**1423203021**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PURWOKERTO  
2019**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Manajemen pemasaran mempunyai bagian yang cukup krusial dalam menunjang keberhasilan dari perusahaan yaitu manajemen tenaga penjualan. Agar suatu perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan yang lain, mereka harus mempunyai keunggulan kompetitif yang sulit ditiru, dan hanya akan diperoleh dari karyawan yang produktif, inovatif, kreatif selalu bersemangat serta loyal. Karyawan yang memenuhi kriteria seperti itu hanya akan dimiliki melalui penerapan konsep dan teknik manajemen sumber daya manusia yang tepat dengan semangat kerja yang tinggi serta pemimpin yang efektif dan lingkungan kerja yang mendukung. Skinner (2004) menyatakan bahwa perusahaan dapat dikenang dan diingat oleh konsumen karena kinerja tenaga penjualannya.<sup>1</sup>

Kinerja merupakan variabel tidak bebas (*dependent variable*) yang dipengaruhi oleh banyak faktor yang mempunyai arti dalam penyampaian tujuan organisasional. Artinya, kesalahan dalam pengelolaan pada variabel bebas (*independent variable*) akan berakibat pada kinerja, baik secara negatif maupun positif. Baik pemberi kerja maupun pekerja menginginkan peningkatan kinerja. Kepentingan pemberi kerja yaitu meningkatkan hasil kerja dan keuntungan perusahaan, sedangkan kepentingan pekerja yaitu untuk pengembangan diri dan promosi pekerjaan.<sup>2</sup> Robbins (2001) mengatakan bahwa faktor-faktor yang dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja pegawai, diantaranya adalah motivasi dan kepuasan kerja.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Yosy sunarso, "Pengaruh Orientasi Pembelajaran, Kerja Cerdas Dan Kerja Keras Dalam Meningkatkan Kinerja Tenaga Penjualann (Studi Kasus: Pada Pt. Infomedia Nusantara Jakarta)" Tesis, Semarang: Universitas Diponegoro, 2007, hlm. 1

<sup>2</sup> Wilson Bangun, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Bandung: Penerbit Erlangga), 2012, hlm. 230

<sup>3</sup> Deewar Mahesa, "Analisis Pengaruh Motivasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Lama Kerja Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada PT. Coca Cola Amatil Indonesia (Central Java))", Skripsi, Semarang: Universitas Doponegoro, 2010, hlm. xv

Berbagai hasil penelitian menyimpulkan bahwa motivasi akan berpengaruh terhadap peningkatan kinerja.<sup>4</sup> Abraham Spering mengemukakan bahwa motivasi adalah suatu kecenderungan untuk beraktivitas, dimulai dari dorongan dalam diri dan diakhiri dengan penyesuaian diri. Penyesuaian diri dikatakan untuk memuaskan motif. Misalnya, seseorang bekerja karena ingin mendapatkan uang. Di sini suatu pekerjaan dilakukan karena terdorong oleh keinginan untuk mendapatkan bayaran. Jadi uanglah yang menjadi motifnya bekerja. Motivasi merupakan dasar pijakan seseorang melangkahkan kaki menuju tempat usaha, belajar, dan sebagainya. Menurut Mark R. Douglas, motivasi muncul bila seseorang memiliki rencana yang dinamis dan real tentang apa yang hendak dicapainya, dan yang setiap hari mendorongnya ke arah pencapaian tujuan itu.<sup>5</sup>

Ada empat tujuan motivasi menurut Roy Garn dalam *The Magic Power of Emotional Appeal*, mulai dari yang paling tinggi sampai yang paling rendah: *Pertama*, pertahanan diri, seseorang yang berada dalam keadaan terdesak dan tersudut akan berbuat apa saja untuk melawan. *Kedua*, pengakuan, ingin agar dirinya mempunyai arti dan tidak kehilangan identitas serta kebanggaan diri. *Ketiga*, cinta kasih, dengan cinta kasih kehidupan seseorang menjadi dinamis dan penuh kegembiraan. *Keempat*, uang, mendapatkan uang yang banyak. Tujuan ini yang paling rendah tingkatannya. motivasi bisa datang dari dua arah, yaitu dari dalam (*inside motivation*) dan dari luar (*outside motivation*). Motivasi dari dalam berupa harapan-harapan dan keinginan-keinginan (*hopes and expectations*) untuk melakukan sesuatu atau untuk menjadi orang tertentu. Motivasi dari dalam muncul karena adanya dorongan psikis (*internally driven*) untuk melakukan sesuatu karena adanya kepuasan yang disebabkan oleh perbuatan itu.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Wilson Bangun, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Bandung: Penerbit Erlangga), 2012, hlm. 312

<sup>5</sup> Idris, *Hadis Ekonomi: Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta: Prenadamedia Group), 2015, hlm. 35-36

<sup>6</sup> Idris, *Hadis Ekonomi*, hlm. 36-37

Motivasi dan niat dapat memengaruhi status suatu perbuatan. Seseorang yang bekerja dengan rajin dari pagi sampai malam dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya, termotivasi oleh kebutuhannya itu, untuk memperoleh gaji atau laba dari perdagangan. Ketika seseorang termotivasi untuk bekerja, maka pada saat itu ia berniat untuk melakukannya. Atau sebaliknya, ketika ia berniat untuk bekerja, maka muncul motivasi untuk melakukannya. Baik niat maupun motivasi dapat memengaruhi keberadaan dan kualitas suatu perbuatan. Dalam suatu Hadis, Rasulullah bersabda:<sup>7</sup>

عَنْ أَمِيرِ الْمُؤْمِنِينَ أَبِي حَفْصِ عُمَرَ بْنِ الْخَطَّابِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ يَقُولُ: إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ وَإِنَّمَا لِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى فَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ فَهَجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ لِدُنْيَا يُصِيبُهَا أَوْ امْرَأَةٍ يَنْكِحُهَا فَهَجْرَتُهُ إِلَى مَا هَاجَرَ إِلَيْهِ (مُتَّفَقٌ عَلَيْهِ)

“Dari Amir al-Mukminin Abu Hafsh ‘Umar ibn al-Khattab r.a. katanya, aku mendengar Rasulullah SAW bersabda, “Sesungguhnya amal perbuatan itu tergantung pada niatnya. Dan sesungguhnya bagi setiap orang tergantung pada apa yang diniatkannya. Maka barangsiapa berhijrah karena Allah dan Rasulullah, maka hijrahnya itu diterima oleh Allah dan Rasulullah. Dan barangsiapa hijrahnya karena keuntungan dunia yang ingin diperolehnya atau perempuan yang hendak dinikahnya, maka hijrahnya itu terhenti pada apa yang ia niat kepadanya.” (HR. Al-Bukhari Muslim).

Niat mempunyai posisi yang penting dalam aktivitas kehidupan umat manusia. Karena begitu pentingnya niat dalam segala bentuk perbuatan sehingga menentukan statusnya, para ulama kemudian membuat kaidah-

---

<sup>7</sup> Idris, *Hadis Ekonomi*, hlm. 39

kaidah fiqh yang berkaitan dengannya yaitu *الأمور بمقاصدها* (segala urusan sesuai dengan maksudnya).<sup>8</sup>

Variabel yang kedua adalah kerja cerdas yang merupakan bagian dari keunggulan individual kinerja tenaga penjualan dalam benak konsumen. Hasiholan (2004) dalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa kerja cerdas berpengaruh positif terhadap kinerja penjualan, dengan berbagai macam perilaku dan persepsi konsumen serta beragam jenis situasi penjualan yang berbeda-beda, tenaga penjual yang mampu bekerja dengan cerdas mampu mengatasi hal-hal tersebut dan dapat meningkatkan kemungkinan keberhasilan penjualannya. Hasil penelitian tersebut didukung oleh Spiro dan Weitz, (1990) yang menegaskan bahwa baik bekerja secara cerdas maupun bekerja keras mampu meningkatkan kinerja salesnya.<sup>9</sup>

Promosi penjualan juga mempunyai pengaruh sangat penting dalam menentukan volume penjualan dimana menentukan pula kinerja penjualan. Menurut Carvens (1989), semakin sering perusahaan mengeluarkan promosi maka informasi yang didapat akan semakin cepat diterima konsumen. Demikian pula hasil penelitian dari Johlke (2006), bahwa keahlian bernegosiasi dan menawarkan produk dari tenaga penjual dalam berpromosi akan berhubungan positif dengan kinerja penjualan. Sehingga dengan meningkatkan promosi penjualan maka akan dapat meningkatkan pembelian oleh para pelanggan, meningkatkan volume penjualan dan jumlah pelanggan sehingga akan tercipta kinerja penjualan yang meningkat. Jadi, semakin intensif promosi penjualan maka semakin meningkat kinerja penjualan.<sup>10</sup>

PT. Natural Nusantara adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang agrokompleks, kesehatan dan lain-lain yang menerapkan bisnis dengan sistem jaringan atau *networking*.<sup>11</sup> Produk yang ditawarkan berupa produk kesehatan,

<sup>8</sup> Idris, *Hadis Ekonomi*, hlm. 39

<sup>9</sup> Yosy sunarso, "Pengaruh Orientasi Pembelajaran, Kerja Cerdas Dan Kerja Keras Dalam Meningkatkan Kinerja Tenaga Penjualann (Studi Kasus: Pada Pt. Infomedia Nusantara Jakarta)" Tesis, Semarang: Universitas Diponegoro, 2007, hlm. 1

<sup>10</sup> Luky Susilowati, "Menumbuhkan Kinerja MLM Melalui Promosi Penjualan Dan Orientasi *Smart-Working*", Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis, 2008, Vol. 8, No. 1

<sup>11</sup> [www.nasapurbalingga.com](http://www.nasapurbalingga.com) (di akses tanggal 29 April 2018 jam 22.30 WIB)

kecantikan, agro kompleks dan *home care*. Distributornya sudah mencapai lebih dari 650.000 distributor. Salah satunya adalah Ibu Zahrotun Khasanah yang telah mengantongi izin Stockist Center dari PT. Natural Nusantara yaitu Stockist Center R. 821 yang berada di Purbalingga.<sup>12</sup> Beliau sudah memulai bisnis NASA sejak tahun 2014. Ibu Zahrotun Khasanah sudah memiliki lebih dari 5000 distributor di bawah jaringannya. Jumlah tersebut bertambah setiap harinya sekitar 2-6 distributor baru.<sup>13</sup> Cakupan wilayahnya berasal dari berbagai daerah di Indonesia. Untuk di Purbalingga sendiri hampir di setiap Kecamatan tersebar beberapa distributor PT. Natural Nusantara seperti daerah Bobotsari, Bojongsari, Bukateja, Kaligondang, Kalimanah, Karang anyar, Karang Jambu, Karang Moncol, Karang Reja, Kejobong, Kemangkon, Kertanegara, Kutasari, Mrebet, Padamara, Pengadegan, Purbalingga dan Rembang. Hingga saat ini jumlah stockist dibawah jaringan Ibu Zahrotun Khasanah berjumlah 57 stockist dan di Purbalingga khususnya ada 18 stockist.<sup>14</sup> Hal ini menandakan masih banyaknya distributor yang berada di bawah level *Gold Manager* (area Purbalingga). Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa dari ribuan distributor masih banyak yang belum mengembangkan bisnis serta jaringannya sehingga mencapai level tertinggi yaitu *Crown Diamond Director*.

**Tabel 1.1**  
**Omzet Stockist Center PT. Natural Nusantara Purbalingga**  
**Tahun 2016-2018**<sup>15</sup>

<b>Tahun</b>	<b>Omzet (rupiah)</b>	<b>Jumlah Distributor</b>	<b>Rata-rata omzet/distributor</b>
2016	Rp. 131.939.000,00	1352	Rp. 97.588,00
2017	Rp. 222.037.500,00	2531	Rp. 87.727,00

<sup>12</sup> Zahrotun Khasanah, *Pemilik Stockist Center PT. Natural Nusantara Purbalingga*, Wawancara pada 4 Juli 2018

<sup>13</sup> Zahrotun Khasanah, *Pemilik Stockist Center PT. Natural Nusantara Purbalingga*, Wawancara pada 1 April 2018

<sup>14</sup> Zahrotun Khasanah, *Pemilik Stockist Center PT. Natural Nusantara Purbalingga*, Wawancara pada 1 April 2018

<sup>15</sup> Tahun setelah menjadi Stockist Center, 18 Januari 2016

2018 (Jan-Nov)	Rp.1.337.954.000,00	5181	Rp. 256.243,00
-------------------	---------------------	------	----------------

Sumber data: Admin Stockist Center Natural Nusantara Purbalingga

Dari data tersebut terlihat kenaikan omzet yang sangat signifikan. Dari tahun 2016 ke tahun 2017 omzet mengalami kenaikan hingga 168,28% dan tahun berikutnya yakni dari 2017 ke tahun 2018 naik hingga 602,58%. Dengan rata-rata omzet per distributornya mencapai angka Rp. 256.243,00 pada tahun 2018.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis tertarik untuk meneliti mengenai kinerja distributor yang dipengaruhi oleh motivasi dan *smart-working* melalui promosi penjualan dengan mengambil judul penelitian: **“Pengaruh Motivasi, Kerja Cerdas Dan Promosi Penjualan Terhadap Kinerja Distributor Multi Level Marketing (Studi Kasus Pada Stockist Center PT. Natural Nusantara Purbalingga).**

## B. Definisi Operasional

Penulis akan menjelaskan mengenai istilah-istilah yang digunakan agar tidak terjadi perbedaan penafsiran. Juga memberikan arah, tujuan, dan apa yang ingin dicapai dalam penelitian, antara lain:

### 1. Motivasi

Fuad Mas’ud (2004 : 39) mendefinisikan motivasi sebagai pendorong (penggerak) yang ada dalam diri seseorang untuk bertindak. Setiap orang mempunyai sesuatu yang dapat memicu (menggerakkan) baik itu berupa kebutuhan material, emosional, spiritual, maupun nilai-nilai atau keyakinan tertentu.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Eva Kris Diana Devi, “Analisis Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Komitmen Organisasional Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Karyawan *Outsourcing* PT. Semeru Karya Buana Semarang)”, Tesis, Semarang: Universitas Diponegoro, 2009, hlm. 37

## 2. Kerja Cerdas

Menurut Shapiro dan Weitz, Orientasi *Smart-working* atau kerja cerdas merupakan kemampuan seorang tenaga penjualan merencanakan, memformulasikan, mengartikulasikan, mengimplementasikan dan mengevaluasi siklus pembelian pelanggan dan siklus menjualnya. Sebagai orientasi dasar pengembangan strategi kerja tenaga penjualan akan memberikan wawasan baru pada proses strategi yang dikembangkan, karena itu akan menghasilkan strategi yang bermutu.<sup>17</sup>

## 3. Promosi Penjualan

William F. Schoell. et. At (1993: 440) menyatakan bahwa “*Sales promotion is any activity that offers an incentive for a limited period to induce a desired response from target customers, company sales people or intermediaries.* Sales promotion adalah keinginan menawarkan insentif dalam periode tertentu untuk mendorong keinginan calon konsumen para penjual atau perantara.<sup>18</sup>

## 4. Kinerja

Menurut A. A. Anwar Prabu Mangkunegara, kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang tenaga penjual dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.<sup>19</sup>

## 5. Distributor

Distributor adalah tenaga penjualan multi level marketing biasa atau sering diartikan sebagai wirausahawan mandiri yang sudah diberi pelatihan manajemen, *salesmanship*, *product knowledge*, dan disiplin diri,

---

<sup>17</sup> Dewi Komala Sari, “Smart Working Orientation dan Customer Orientation; Implikasinya Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan Multi Level Marketing”, Jurnal Bisnis Manajemen & Perbankan, 2014, Vol. 1, No. 1, hlm. 47

<sup>18</sup> Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Mitra Wacana Media), 2016, hlm. 311

<sup>19</sup> Dewi Komala Sari, “Smart Working Orientation dan Customer Orientation; Implikasinya Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan Multi Level Marketing”, Jurnal Bisnis Manajemen & Perbankan 1, Vol. 1, No. 1, 2014

dimana pengetahuan yang mereka peroleh akan diturunkan lagi ke distributor-distributor baru lainnya yang disponsori, dan begitu seterusnya.<sup>20</sup>

#### 6. *Multi Level Marketing*

*Multi Level Marketing* (Pemasaran Multi Tingkat), yaitu sistem pemasaran melalui jaringan distribusi yang dibangun secara berjenjang dengan memposisikan pelanggan perusahaan sekaligus sebagai tenaga pemasar. Sistem ini memiliki ciri-ciri khusus yang membedakannya dengan sistem pemasaran lain, di antara ciri-ciri khusus tersebut adalah: terdapatnya banyak jenjang atau level, melakukan perekrutan anggota baru, penjualan produk, terdapat sistem pelatihan, serta adanya komisi atau bonus untuk tiap jenjangnya.<sup>21</sup>

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan definisi operasional tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah motivasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga penjual?
2. Apakah kerja cerdas berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga penjual?
3. Apakah promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap kinerja tenaga penjual?
4. Apakah motivasi, kerja cerdas dan promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap kinerja distributor?

---

<sup>20</sup> Dewi Komala Sari, "Smart Working Orientation dan Customer Orientation; Implikasinya Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan Multi Level Marketing", *Jurnal Bisnis Manajemen & Perbankan* 1, Vol. 1, No. 1, 2014

<sup>21</sup> Kuswara, *Mengenal MLM Syariah: Dari Halal Haram, Kiat Berwirausaha, Sampai Dengan Pengelolaannya*, (Depok: Qultum Media), hlm. 17

#### **D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk membuktikan apakah motivasi berpengaruh terhadap kinerja distributor PT. Natural Nusantara
2. Untuk membuktikan apakah kerja cerdas berpengaruh terhadap kinerja distributor PT. Natural Nusantara
3. Untuk membuktikan apakah promosi penjualan berpengaruh positif terhadap kinerja distributor PT. Natural Nusantara
4. Untuk membuktikan apakah motivasi, kerja cerdas dan promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap kinerja distributor PT. Natural Nusantara

#### **E. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu, kepada:

1. Bagi akademisi dapat dijadikan sarana untuk menambah wawasan tentang pengaruh motivasi, kerja cerdas dan promosi penjualan, dan diharapkan dapat menjadi sebuah referensi serta pengembangan teori pada penelitian selanjutnya mengenai pengaruh motivasi, kerja cerdas dan promosi penjualan terhadap kinerja distributor / tenaga penjual.
2. Bagi PT. Natural Nusantara, memberikan masukan sejauhmana motivasi, kerja cerdas dan promosi penjualan dapat memberikan nilai kontribusi positif dalam meningkatkan kinerja karyawan.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi ini disusun guna memudahkan dalam penulisan dan memahami penelitian yang akan ditulis. Secara umum gambaran sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bab sebagai berikut:

Bab pertama yaitu pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

Bab kedua adalah landasan teori. Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang berkaitan dengan penelitian, hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian, kerangka pemikiran hipotesis.

Bab ketiga adalah metode penelitian, yang meliputi metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini berisi tentang jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, metode analisis data.

Bab keempat yaitu analisis dan pembahasan,. Bab ini menguraikan tentang gambaran umum tempat penelitian, gambaran umum responden, hasil analisis data dan uji hipotesa, serta pembahasan hasil penelitian.

Bab kelima adalah penutup yang berisi kesimpulan dan saran-saran dari hasil analisis data pada bab-bab sebelumnya yang dapat dijadikan masukan bagi berbagai pihak yang berkepentingan.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel motivasi, kerja cerdas dan promosi penjualan terhadap kinerja distributor PT.Natural Nusantara Purbalingga. Berdasarkan rumusan masalah yang telah diajukan, analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel motivasi ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap kinerja distributor (Y) dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,515 dengan menggunakan  $\alpha$  sebesar 0,1 dengan nilai signifikansi 0,000. Sehingga variabel independen motivasi berpengaruh positif terhadap kinerja distributor PT. Natural Nusantara.
2. Variabel kerja cerdas ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap kinerja distributor (Y) dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,511 dengan menggunakan  $\alpha$  sebesar 0,1 dengan nilai signifikansi 0,000. Sehingga variabel independen kerja cerdas berpengaruh positif terhadap kinerja distributor PT. Natural Nusantara.
3. Variabel promosi penjualan ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap kinerja distributor (Y) dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,643 dengan menggunakan  $\alpha$  sebesar 0,1 dengan nilai signifikansi 0,000. Sehingga variabel independen promosi penjualan berpengaruh positif terhadap kinerja distributor PT. Natural Nusantara.
4. Variabel motivasi ( $X_1$ ), kerja cerdas ( $X_2$ ) dan promosi penjualan ( $X_3$ ) bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap kinerja distributor (Y).

## **B. Saran**

1. Pelaksanaan pelatihan dilakukan secara kontinyu dalam rangka meningkatkan ketrampilan dan kemampuan para tenaga penjual dalam berinteraksi, agar kinerja penjualan dapat mencapai target.
2. Distributor PT. Natural Nusantara diharapkan untuk lebih aktif mengikuti pertemuan yang diadakan oleh PT. Natural Nusantara atau masing-masing grup dari distributor untuk meningkatkan pengetahuan dan menimba pengalaman dari distributor yang telah berhasil menjalankan bisnis NASA.
3. Mengingat situasi maupun tipe konsumen satu dengan lainnya berbeda-beda. Peneliti menyarankan kepada *upline* untuk member masukan kepada distributor mengenai tipe dan karakter konsumen serta kondisi perokonomian masa kini.
4. Bagi peneliti yang akan datang diharapkan mampu meneliti yang lebih mendalam lagi mengenai apa saja yang berpengaruh terhadap kinerja distributor, yang belum diteliti dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asy'arie, Musa. *Filsafat Ekonomi Islam*. Yogyakarta : Lembaga Studi Filsafat Islam/Lesfi). 2015
- Azmi Mustofa, Ulul. "Pekerja Yang Handal Menurut Al-Qur'an (Studi Q. S. Al-Qashas : 25-26)". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. 2015, Vol 01 No 03
- Bangun, Wilson. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Penerbit Erlangga. 2012
- Cahaya Setiawan, Kiki. "Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Level Pelaksana Di Divisi Operasi PT. Pusri Palembang". *Jurnal Psikologi Islami*. 2015, Vol. 1 No. 2
- Fitriana Sitorus, Onny., Novelia Utami. *Buku Ajar Strategi Promosi Penjualan*, Jakarta: FKIP UHAMKA. 2017
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro. 2009
- Haryono, Siswoyo. *Metode Sem Untuk Penelitian Manajemen*. Jakarta: PT. Luxima Metro Media. 2017
- Hotman Hasiholan Sitompul, Denny. "Pengaruh Orientasi Belajar dan Komitmen Organisasional Terhadap Kerja Cerdas dalam Meningkatkan Kinerja Penjualan", *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. 2004, Vol. 3 No. 1
- Idris. *Hadis Ekonomi: Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta: Prenadamedia Group. 2015
- Indriantoro, Nur., Bambang Supomo. *Metode Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta. 2002

- Jatmiko, M. Roby. "Analisis Orientasi Pola Bekerja Cerdas Berdasarkan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keahlian Tenaga Penjualan Dalam Aktivitas Penjualan Dan Dampaknya Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan". *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan*. 2016, Vol. 7 No 1
- Komala Sari, Dewi. "Smart Working Orientation dan Customer Orientation; Implikasinya Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan Multi Level Marketing". *Jurnal Bisnis Manajemen & Perbankan*. 2014, Vol. 1, No. 1
- Kris Diana Devi, Eva. "Analisis Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Komitmen Organisasional Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Karyawan *Outsourcing* PT. Semeru Karya Buana Semarang)". Tesis. Semarang: Universitas Diponegoro, 2009
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis?*. Jakarta: Penerbit Erlangga. 2013
- Kuswara. *Mengenal MLM Syariah: Dari Halal Haram, Kiat Berwirausaha, Sampai Dengan Pengelolaannya*. Depok: Qultum Media
- Lemeshow, Stanley., dkk, terj. *Adequacy of Sampel Size in Health Studies*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press
- Luter Purba, Martin. "Pengaruh Penjualan Adaptif dan Orientasi Smart-Working Terhadap Kreativitas Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis IBO dalam Multi Level Marketing PT. Oriflame Indonesia di Medan". *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 2018
- Mahesa, Deewar. "Analisis Pengaruh Motivasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Lama Kerja Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada PT. Coca Cola Amatil Indonesia (Central Java))". Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro, 2010
- Manap, Abdul. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media. 2016

- Mariam, Rani. "Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Budaya Organisasi terhadap Kinerja Karyawan melalui Kepuasan Kerja Karyawan sebagai variable Intervening". Tesis. Semarang: Universitas Diponegoro, 2009
- Mutia Ulfah, Ana. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pelanggan Produk Fashion Pada Online Shop melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus pada Mahasiswa IAIN Purwokerto)". Skripsi. Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2017
- Nur Diana, Ilfi. *Hadis-Hadis Ekonomi*. Malang: UIN-MALANG PRESS. 2008
- Nurchayani, Ni Made., I. G. A. Dewi Adayani, "Pengaruh Kompensasi dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening. E-Jurnal Manajemen Unud. 2016, Vol. 5, No. 1,
- Prabu Mangkunegara, Anwar. *Evaluasi Kinerja SDM*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Priyatno, Dwi. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendarasan*. Yogyakarta: Gava Media. 2010
- Septa Rosewinda, Ika. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Tenaga Penjual Pada PT. MRK Diagnostics Cabang Semarang". Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Semarang
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2015
- Suliyanto. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi. 2006
- Sunarso, Yosy. "Pengaruh Orientasi Pembelajaran, Kerja Cerdas Dan Kerja Keras Dalam Meningkatkan Kinerja Tenaga Penjualann (Studi Kasus: Pada Pt. Infomedia Nusantara Jakarta. Tesis. Semarang: Universitas Diponegoro. 2007

Sundayana, Rostina. *Statistika Penelitian Pendidikam*. Bandung: Alfabeta. 2016

Susilowati, Luky. “Menumbuhkan Kinerja MLM Melalui Promosi Penjualan Dan Orientasi *Smart-Working*”. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*. 2008, Vol. 8, No. 1

Website

[www.nasapurbalingga.com](http://www.nasapurbalingga.com) (di akses tanggal 29 April 2018 jam 22.30 WIB)

[www.naturalnusantara.co.id](http://www.naturalnusantara.co.id) diakses pada tanggal 19 Desember 2018

Wawancara

Zahrotun Khasanah, *Pemilik Stockist Center PT. Natural Nusantara Purbalingga*,

Dokumen

Dokumen NASA, *Bersama Menuju Lebih Baik*