

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena individu masih banyak yang bergabung dengan bisnis MLM, meskipun *image* bisnis MLM di Indonesia cenderung negatif. Peneliti menduga salah satu penyebabnya individu masih mempercayai bisnis MLM adalah adanya peran *reference group influence*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *reference group influence* pada bisnis MLM terhadap pengambilan keputusan individu dalam menentukan karir. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan regresi. Responden dalam penelitian ini berjumlah 243 orang dengan kriteria berusia 18-25 tahun yang mengetahui bisnis MLM. Teknik *sampling* menggunakan *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan dua skala yaitu skala *reference group influence* dan skala pengambilan keputusan karir dengan bantuan *google form*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil analisis data, taraf sig. yaitu 0.035 dengan nilai R square 0,018. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima atau dapat diartikan bahwa *reference group influence* pada bisnis MLM memiliki pengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan individu dalam menentukan karir.

Kata Kunci: *reference group influence*, Bisnis MLM, pengambilan keputusan karir

ABSTRACT

This research is motivated by the phenomenon that many individuals still join the MLM business even though the image of the MLM business in Indonesia tends to be negative. Researchers suspect that one of the reasons why individuals still trust the MLM business is the role of reference group influence. This study aims to determine the effect of reference group influence on MLM business on individual decision making in career choice. The research method used is quantitative research method with regression approach. The respondents in this study amounted to 243 people with criteria age 18-25 years who knew the MLM business. The sampling technique used is non-probability sampling with purposive sampling. The data collection method used two scales, namely the peer influence scale and the career decision scale with the help of google form. The data analysis technique in this study used simple linear regression analysis. Based on the results of data analysis, the sig. level is 0.035 with an R square value of 0.018. This shows that the hypothesis is accepted or it can be interpreted that reference group influence in MLM business has a significant influence on individual decision making in determining careers.

Keywords: *reference group influence, MLM business, career decision making.*