Abstrak

Direct Selling merupakan salah satu sistem promosi yang dapat dipilih oleh perusahaan untuk menjalin hubungan baik dengan konsumen ataupun *member*. Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh *Direct Selling* terhadap loyalitas *member* Tupperware di Bandung. Penelitian bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh yang diberikan *Direct Selling* terhadap loyalitas *member* Tupperware. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner yang disebarkan kepada *member* Tupperware Cabang Bandung baik secara langsung ataupun via *google.docs* yang berlokasi di PT. Fajar Puncak Pratama serta wawancara dengan pihak terkait. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sample 100 orang. Hasil penelitian menunjukan terdapat korelasi antara variabel *Direct Selling* (X) terhadap Loyalitas *Member* (Y) sebesar 0.693 dengan signifikansi pada level 0.01, berdasarkan tabel korelasi masuk kedalam kategori kuat dan Nilai R square adalah 0.481 atau 48.1%. Artinya, kemampuan *direct selling* dalam mempengaruhi loyalitas *member* Tupperware adalah 48.1% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: *Direct Selling*, Loyalitas *Member*, Tupperware