

**DETERMINASI FAKTOR MINAT MASYARAKAT  
PEKALONGAN SEBAGAI DISTRIBUTOR MULTI LEVEL  
MARKETING (MLM) PT. NATURAL NUSANTARA CABANG  
PEKALONGAN G.1866**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

**RINDA WIDYAWATI**  
**NIM. 2013115446**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN**

**2021**

**DETERMINASI FAKTOR MINAT MASYARAKAT  
PEKALONGAN SEBAGAI DISTRIBUTOR MULTI LEVEL  
MARKETING (MLM) PT. NATURAL NUSANTARA CABANG  
PEKALONGAN G.1866**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

**RINDA WIDYAWATI**  
**NIM. 2013115446**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN**

**2021**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Rinda Widyawati

NIM : 2013115446

Judul Skripsi : Determinasi Faktor Minat Masyarakat Pekalongan  
Sebagai Distributor *Multi Level Marketing* (MLM)  
PT. Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1866

Menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila Skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 07 Oktober 2021  
Yang Menyatakan



Rinda Widyawati  
NIM. 2013115446

## NOTA PEMBIMBING

**Ali Amin Isfandiar, M.Ag**  
Griya Kebumen Asri No. A2 RT. 05 RW. 01  
Kebumen Dukuh Waru Kabupaten Tegal

Lamp : 2 (Dua) Eksemplar  
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Rinda Widyawati

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan  
c/q Ketua Jurusan Ekonomi Syariah  
di  
PEKALONGAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Rinda Widyawati  
NIM : 2013115446  
Judul : "Determinasi Faktor Minat Masyarakat Pekalongan  
Sebagai Distributor *Multi Level Marketing* (MLM)  
PT. Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1866"

Dengan ini kami mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 11 Oktober 2021  
Pembimbing



**Ali Amin Isfandiar, M.Ag**  
NIP. 19740812 200501 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pahlawan, Rowolaku, Kajen, Pekalongan Telp. (0285) 412575 Fax.(0285) 423418  
Website: [febi.iainpekalongan.ac.id](http://febi.iainpekalongan.ac.id) | email: [febi@iainpekalongan.ac.id](mailto:febi@iainpekalongan.ac.id)

**PENGESAHAN**

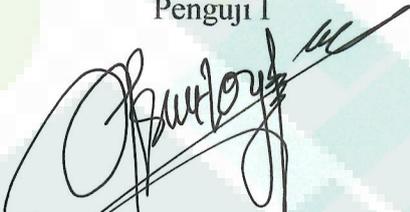
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri  
Pekalongan mengesahkan skripsi saudara :

Nama : **RINDA WIDYAWATI**  
NIM : **2013115446**  
Judul : **DETERMINASI FAKTOR MINAT MASYARAKAT  
PEKALONGAN SEBAGAI DISTRIBUTOR *MULTI LEVEL  
MARKETING* (MLM) PT. NATURAL NUSANTARA  
CABANG PEKALONGAN G.1866**

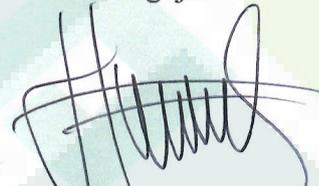
Telah diujikan pada hari Rabu Kamis, tanggal 27-28 Oktober 2021 dan  
dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

Penguji I

  
**Siti Aminah Chaniago, MSI**  
NIP. 19680907 200604 2 001

Penguji II

  
**Husni Awali, M.M**  
NIP. 19890929 201903 1 016

Pekalongan, 1 November 2021

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



**Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H**  
NIP. 19750220 199903 2 001

## PERSEMBAHAN

Persembahan tertinggi hanyalah kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya. Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Karya sederhana ini saya persembahkan kepada:

1. Ayahanda Sugeng dan Ibunda Iswati tercinta, terima kasih tak terhingga atas segala jerih payah, semangat, cinta dan kasih, doa dan nasihat yang tak pernah henti, serta kerja keras yang tak ternilai harganya.
2. Alm. Nenek saya simbah Kastonah Kakak saya Fatmala Fitriani, Kakak ipar saya mas haris, Adek saya Elma Apriliana dan Elmi Apriliani, serta keponakan saya fedirka diyarina harifi tercinta, terima kasih atas dukungan, kebaikan, dan perhatiannya.
3. Keluarga besar tercinta, yang selalu ada untuk memberikan dukungan, doa, dan semangat.
4. Sahabat saya Efi Silfana, Lailul Khusna, Rohma, Mir'atul Hasanah dan Nurul Hidayah yang telah menemani perjalanan saya. Semoga persahabatan kita untuk selamanya dan bisa menjadi rangkaian cerita selanjutnya.
5. Teman seperjuangan PPL, KKN, dan Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2015 khususnya kelas I, yang telah memberikan motivasi dan keceriaan. Semoga tali silaturahmi kita tetap terjaga.
6. Dan semua pihak yang telah berpartisipasi dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Terimakasih untuk semuanya. Semoga goresan sederhana ini mampu membanggakan kalian dan semoga penulis dapat meneruskan studi dan pekerjaan ke jenjang yang lebih tinggi lagi. *Aamiin*



## MOTTO

*"Apapun yang menjadi takdirmu  
Pasti akan mencari jalannya sendiri  
untuk menemukanmu "*  
(Ali Bin Abi Thalib)

**"Sebaik-baik manusia adalah manusia yang bermanfaat untuk manusia yang  
lainnya"**  
(Rinda Widyawati)

## ABSTRAK

### **RINDA WIDYAWATI. Determinasi Faktor Minat Masyarakat Pekalongan Sebagai Distributor *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1866.**

Sistem *multi level marketing* (MLM) merupakan salah satu model bisnis yang saat ini sangat marak dan berkembang. Bagi masyarakat Indonesia khususnya para pebisnis istilah *multi level marketing* (MLM) sudah tak asing lagi di telinga masyarakat. Bisnis yang berjalan dengan sistem *Multi Level Marketing* (MLM) bukan hanya sekedar melakukan penjualan produk barang, tapi juga jasa, yaitu jasa *marketing* dan *level-level* (bertingkat-tingkat) dengan imbalan berupa *marketing free*, bonus, hadiah dan sebagainya, tergantung prestasi, dan level seorang anggota.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini berjumlah 110 responden (distributor PT. Natural Nusantara cabang Pekalongan G.1866) dengan teknik pengambilan sampel *random sampling*. Jenis data berupa data primer dan data sekunder. Data diolah menggunakan SPSS (*Statistical Product and Solution*) 22.00 *For Windows* dengan analisis regresi berganda.

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa modal, kualitas produk, *reward*, fleksibilitas waktu, pengembangan karir, berpengaruh positif terhadap minat. Hasil uji t menunjukkan bahwa secara parsial modal, kualitas produk, *reward*, fleksibilitas waktu, pengembangan karir berpengaruh signifikan terhadap minat. Hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan modal, kualitas produk, *reward*, fleksibilitas waktu, pengembangan karir, berpengaruh signifikan terhadap minat. Hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa 0,505 atau 50,5% minat berbisnis MLM dijelaskan oleh modal, kualitas produk, *reward*, fleksibilitas waktu, pengembangan karir.

**Kata kunci: Modal, Kualitas Produk, *Reward*, Fleksibilitas Waktu, dan Pengembangan Karir.**

## **ABSTRACT**

**RINDA WIDYAWATI. Determination of Interest Factors of Pekalongan Community as a Distributor of Multi Level Marketing (MLM) PT. Natural Nusantara Pekalongan Branch G.1866.**

The multi-level marketing (MLM) system is a business model that is currently very widespread and growing. For Indonesian people, especially business people, the term multi-level marketing (MLM) is familiar to the public. Businesses that run with the Multi Level Marketing (MLM) system are not only selling goods, but also services, namely marketing services and levels (levels) with rewards in the form of free marketing, bonuses, prizes and so on, depending on achievement, and the level of a member.

This research uses a field research method with a quantitative approach. The sample of this research is 110 respondents (distributor of PT. Natural Nusantara Pekalongan branch G.1866) with random sampling technique. Types of data in the form of primary data secondary funds. The data was processed using SPSS (Statistical Product and Solution) 22.00 For Windows with multiple regression analysis.

The results of multiple regression analysis show that capital, product quality, reward, time flexibility, career development, have a positive effect on interest. The results of the t test show that partially capital, product quality, reward, time flexibility, career development have a significant effect on interest. The results of the F test show that simultaneously capital, product quality, reward, time flexibility, career development, have a significant effect on interest. The results of the coefficient of determination show that 0.505 or 50.5% interest in MLM business is explained by capital, product quality, rewards, time flexibility, career development.

**Keywords: Capital, Product Quality, Reward, Time Flexibility, and Career Development.**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

*Alhamdulillah*, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Determinasi Faktor Minat Masyarakat Pekalongan Sebagai Distributor *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1886” sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di IAIN Pekalongan dan sebagai sumbangsih terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang Ekonomi Syariah. Shalawat dan salam senantiasa juga tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini selesai bukan semata dari hasil karya tangan penulis sendiri, tetapi juga karena bantuan dari beberapa pihak yang dengan tulus meluangkan waktu meski hanya sekadar menuangkan aspirasi maupun memberi motivasi kepada penulis. Karena itu sudah sepantasnya pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih, kepada:

1. Bapak Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan beserta para Wakil Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan beserta para Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak Muhammad Aris Syafi’i M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.

4. Ibu Happy Sista Devy M.M selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.
5. Bapak Ahmad Burhanuddin, M.A selaku Dosen Wali yang selalu meluangkan waktu, memberikan arahan dan motivasi serta membimbing penulis dengan baik.
6. Bapak Ali Amin Isfandiar, M.Ag selaku Dosen Pembimbing yang selalu membimbing dan memberikan arahan, nasihat, serta dukungan.
7. Dosen-dosen Jurusan Ekonomi Syariah dan dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan beserta seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
8. Ayahanda Sugeng dan Ibunda Iswati tercinta, terima kasih tak terhingga atas segala jerih payah, semangat, cinta dan kasih, doa dan nasihat yang tak pernah henti, serta kerja keras yang tak ternilai harganya.
9. Kakak saya Fatmala Fitriani dan Adek saya Elma Apriliana dan Elmi Apriliani tercinta, terima kasih atas dukungan, kebaikan, dan perhatiannya.
10. Keluarga besar tercinta, yang selalu ada untuk memberikan dukungan, doa, dan semangat.
11. Sahabat saya Efi silfana, Lailul Khusna, Rohmah, Mir'atul Hasanah dan Nurul Hidayah yang telah menemani perjalanan saya.
12. Teman seperjuangan PPL, KKN, dan Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2015 khususnya kelas I, yang telah memberikan motivasi dan keceriaan.
13. Semua pihak yang telah berpartisipasi dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Selanjutnya, penulis menyadari bahwa dalam penyajian, pemilihan kata, dan pembahasan materi, skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan semua pihak yang telah memberikan doa, dukungan serta bantuan dalam penulisan skripsi ini.

Pekalongan, 4 Oktober 2021

Penulis



**RINDA WIDYAWATI**  
**2013115446**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xxv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xxvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian .....	8
E. Manfaat Penelitian .....	9
F. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II KERANGKA TEORI .....</b>	<b>12</b>
A. Landasan Teori.....	12
1. Minat .....	12
a. Pengertian Minat.....	12
b. Jenis Minat .....	14
c. Indikator Minat .....	14
2. <i>Bisnis Multi Level Marketing</i> (MLM) .....	15
3. Modal .....	16
a. Pengertian Modal .....	16

b. Indikator Modal.....	17
4. Kualitas Produk .....	18
a. Pengertian Kualitas Produk.....	18
b. Indikator Kualitas Produk .....	19
5. <i>Reward</i> .....	19
a. Pengertian <i>Reward</i> .....	19
b. Tujuan <i>Reward</i> .....	20
c. Indikator <i>Reward</i> .....	21
6. Fleksibilitas Waktu .....	22
a. Pengertian Fleksibilitas Waktu .....	22
b. Indikator Fleksibilitas Waktu.....	23
7. Pengembangan Karir.....	23
a. Pengertian Fleksibilitas Waktu.....	23
b. Indikator Fleksibilitas Waktu .....	25
B. Penelitian Terdahulu .....	26
C. Kerangka Berpikir .....	36
D. Hipotesis Penelitian.....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>41</b>
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	41
B. Setting Penelitian .....	42
C. Sumber Data dan Pengumpulan Data .....	42
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	44
E. Variabel Penelitian .....	45
F. Definisi Operasional Variabel.....	46
G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	51
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>59</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	59
B. Analisis Data .....	63
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	88
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>93</b>
A. Kesimpulan .....	93

B. Saran.....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>96</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

### 1. Konsonan

Fonemkonsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda , dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin :

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadang ha
د	Dal	D	De

ذ	Ẓal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	komaterbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
...يْ	fathahdanya	Ai	a dani
...وْ	fathahdanwau	Au	a dan u

Contoh :

كَتَبَ	- kataba
فَعَلَ	- fa'ala
ذُكِرَ	- žukira
يَذْهَبُ	- yazhabu
سُئِلَ	- su'ila
كَيْفَ	- kaifa
هَوَّلَ	- haula

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
أ... يَ ...	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
...ي	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
... وُ	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh :

قَالَ - qāla  
 رَمَى - ramā  
 قِيلَ - qīla

#### 4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

##### a. Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah "t".

##### b. Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

##### c. Kalau pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh :

رَوْضَةٌ	- raudah al-aṭfāl
الأَطْفَالُ	- - raudatulaṭfāl
المَدِينَةُ المُنَوَّرَةُ	- al-Madīnah al-Munawwarah
	- - al-Madīnatul-Munawwarah
طَلْحَةَ	- talḥah

#### 5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh :

رَبَّنَا	- rabbanā
نَزَّلَ	- nazzala
الْبِرِّ	- al-birr
الْحَجِّ	- al-ḥajj

#### 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu di bedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah di transliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf ال diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

c. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

الرَّجُلُ	- ar-rajulu
السَّيِّدُ	- as-sayyidu
السَّمْسُ	- as-syamsu
القَلَمُ	- al-qalamu
البَدِيعُ	- al-badī'u
الْجَلَالُ	- al-jalālu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

تَأْخُذُونَ	- ta'khuzūna
النَّوْءُ	- an-nau'
شَيْئٌ	- syai'un

إِنَّ - inna  
أَمْرٌ - umirtu  
أَكَلَ - akala

## 8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh :

وإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ      Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqīn

Wainnallāhalahuwakhairrāziqīn

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ      Wa auf al-kaila wa-almizān

Wa auf al-kaila wal mizān

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلَ      Ibrāhīm al-Khalīl

Ibrāhīm al-Khalīl

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا      Bismillāhimajrehāwamursahā

وَاللَّهُ عَلَى النَّاسِ حَجُّ الْبَيْتِ مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ      Walillāhi ‘alan-nāsi hijju al-baiti

سَبِيلًا      manistaṭā’a ilaihi sabīla

Walillāhi ‘alan-nāsi hijjul-baiti  
manistaṭā’a ilaihi sabīlā

## 9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital

seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	Wa mā Muhammadun illā rasl
إِن أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِكَبَّةٍ مُّبَارَكَةٍ	Innaawwalabaitin wuḍi'alinnāsi lallażībibakkatamubārakan
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	Syahrū Ramaḍān al-lażī unzila fih al-Qur'ānu Syahrū Ramaḍān al-lażī unzila fihil Qur'ānu
وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأَفُقِ الْمُبِينِ	Walaqadra'āhubil-ufuq al-mubīn Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubīn
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Alhamdulillāhirabbil al-'ālamīn Alhamdulillāhirabbilil 'ālamīn

Penggunaan huruf awal capital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan.

Contoh :

نَسْرُ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ	Naşrunminallāhiwafathun qarīb
------------------------------	----------------------------------

قَرِيبٌ

لِلّٰهِ الْاَمْرُ جَمِيعًا Lillāhi al-amrujamī'an

Lillāhil-amrujamī'an

وَاللّٰهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ Wallāhabikullisyai'in 'alīm

#### 10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid .Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid.

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Jumlah Data Distributor, 6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu, 27
Tabel 2.2	Hipotesis Penelitian, 39
Tabel 3.1	Definisi Operasional, 47
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia, 60
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, 61
Table 4.3	Responden Berdasarkan Pendidikan, 61
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Point Value, 61
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Pendapatan, 62
Tabel 4.6	Hasil Kuesioner Model, 63
Tabel 4.7	Hasil Kuesioner Kualitas Produk, 64
Tabel 4.8	Hasil Kuesioner <i>Reward</i> , 66
Tabel 4.9	Hasil Kuesioner Fleksibilitas Waktu, 68
Tabel 4.10	Hasil Kuesioner Pengembangan Karir, 69
Tabel 4.11	Hasil Kuesioner Minat Berbisnis MLM, 70
Tabel 4.12	Hasil Kuesioner Uji Validitas, 72
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Reliabilitas, 74
Tabel 4.14	Hasil Uji Normalitas, 75
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinearitas, 76
Tabel 4.16	Hasil Uji Heterokedastisitas, 77
Tabel 4.17	Hasil Uji Linieritas Modal, 79
Tabel 4.18	Hasil Uji Linieritas Kualitas Produk, 79
Tabel 4.19	Hasil Uji Linieritas <i>Reward</i> , 80
Tabel 4.20	Hasil Uji Linieritas Fleksibilitas Waktu, 81
Tabel 4.21	Hasil Uji Linieritas Pengembangan Karir, 81
Tabel 4.22	Analisis Regresi Linier Berganda, 82
Tabel 4.23	Hasil Uji t (Parsial), 85
Tabel 4.24	Hasil Uji f (Simultan), 86
Tabel 4.25	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), 87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka berfikir, 36



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian, I
- Lampiran 2 Data Responden, VI
- Lampiran 3 Data Mentah Kuesioner, XIV
- Lampiran 4 Deskripsi Data, XXXVII
- Lampiran 5 Hasil Uji SPSS, XXXIX
- Lampiran 6 Tabel r,t dan f, XLVII
- Lampiran 7 Surat Izin Penelitian Dari Kampus, L
- Lampiran 8 Surat Izin Penelitian Dari Stockist, LI
- Lampiran 9 Dokumentasi, LII

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Salah satu model bisnis yang saat ini sangat marak dan berkembang adalah bisnis dengan sistem *multi level marketing* (MLM). Bagi masyarakat Indonesia khususnya para pebisnis istilah *multi level marketing* (MLM) sudah tak asing lagi di telinga masyarakat karena banyak perusahaan menjual produknya melalui sistem MLM (Bahrudin M. , 2011).

*Multi Level Marketing* (MLM) adalah bisnis yang dibangun berdasarkan bentuk jaringan tertentu, bisa *top down* atau *left and right* (kiri dan kanan), dengan kata lain bisa *vertikal* atau *horizontal*, atau gabungan dari dua dari mereka. Tapi formasi seperti ini tidak akan berjalan dan berkembang, jika tidak disertai benefit (keuntungan), seperti bonus. Bentuknya berupa bisa berupa diskonbonus pembelian langsung, bonus online, dan syarat lainnya. (Aravik, 2016).

Faktanya, memang banyak bisnis MLM yang bermunculan yang menawarkan produk maupun bukan berupa produk. Mulai dari sini, sebagai orang yang akan bergabung dalam bisnis tersebut harus tetap waspada dan berhati-hati, karena saat ini bermunculan bisnis MLM yang tidak kompeten dan sering melakukan penipuan (Ayu Dewi Utami, 2016).

Bisnis yang berjalan dengan sistem *Multi Level Marketing* (MLM) bukan hanya sekedar melakukan penjualan produk barang, tapi juga jasa, yaitu jasa *marketing* dan *level-level* (bertingkat-tingkat) dengan imbalan berupa

*marketing free*, bonus, hadiah dan sebagainya, tergantung prestasi, dan *level* seorang anggota. Sistem pemasaran melalui pemasaran MLM menarik karena memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan pemasaran produk dan menarik konsumen. Selain bisa menikmati manfaat produknya, mereka juga bisa memperoleh insentif atau hadiah seperti haji, umroh, bingkisan, tabungan hari tua, dll. Yang diberikan oleh perusahaan (Bahruddin M. , 2011).

Perkembangan perusahaan MLM di Indonesia telah memberikan dampak positif bagi perkembangan perekonomian nasional, karena secara tidak langsung mengurangi pengangguran di Indonesia. Sayangnya, prestasi tersebut seringkali tidak diapresiasi secara aktif oleh masyarakat. Lurangnya apresiasi ini disebabkan maraknya perilaku illegal MLM yang mempresentasikan merugikan banyak orang sebagai kedok bisnisnya, sehingga merusak citra industri bisnis MLM itu sendiri.

Diperkirakan dari aksi illegal tersebut mencapai puluhan ribu korban. Para korban masyarakat yang biasanya yang hanya mengetahui tentang pengungkapan kasus penipuan MLM melalui media massa biasanya tidak mengetahui perbedaan antara perusahaan MLM, sehingga mereka menyamakan keduanya (Rahmawati, 2014).

Bisnis MLM dalam penelitian ini yaitu PT. Natural Nusantara cabang Pekalongan G.1866. PT. Natural Nusantara merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penjualan produk berupa: kecantikan, kesehatan dan argokomplek.

Dalam berbagai literatur, banyak faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk berbisnis *Multi Level Marketing* (MLM) diantaranya adalah modal, kualitas produk, *reward*, fleksibilitas waktu, dan pengembangan karir.

Faktor yang mempengaruhi minat berbisnis dengan sistem *multi level marketing* yaitu Modal, besarnya dana akan mempengaruhi perkembangan bisnis untuk mencapai pendapatan (Purwanti, 2013). Modal merupakan sesuatu yang harus disiapkan atau harus ada untuk memulai suatu bisnis, untuk menjadi distributor PT. Natural Nusantara dibutuhkan modal sebesar Rp.200.000. Berdasarkan hasil penelitian dari Mbayak Ginting dan Eko Yulianan, secara statistik untuk pengujian secara parsial dimana variabel modal berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa STIMIK Mikroskill Medan, dimana nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $24,901 > 2,12$  (Mbayak Ginting, 2015).

Selanjutnya penelitian tentang kualitas produk, kualitas produk adalah senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jika kualitas suatu produk itu mempunyai daya tarik dan manfaat yang bagus masyarakat akan berbondong-bondong mengikuti bisnis mlm karena dengan produk yang berkualitas maka akan mengakibatkan konsumen melakukan *repeat order* atau mengulang kembali pembelian produk. Seperti hasil penelitian dari Mahrum Ahmad Yani Harahap adalah penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli masyarakat kota Lubuk Pakam. Dari hasil Uji T diperoleh variabel kualitas produk sebesar 7,412 dengan taraf signifikansi 0,000. Berdasarkan uji T secara parsial, kualitas produk berpengaruh

positif dan signifikan terhadap minat beli masyarakat di Distrik Muhsin Kota Lubuk Pakam (Saputro, 2015).

Faktor lain yang mampu mempengaruhi minat masyarakat berbisnis MLM yaitu *reward*. *Reward* adalah alat untuk meningkatkan produktivitas kerja karyawan dan perilaku pribadi karyawan, sehingga dapat mempercepat pelaksanaan pekerjaan yang menjadi tanggung jawab, dan pada akhirnya mencapai tujuan atau sasaran yang ingin dicapai (Handoko, 1995). Dengan *reward* masyarakat akan antusias untuk mendaftarkan dirinya menjadi distributor PT. Natural Nusantara karena mereka akan bekerja semaksimal mungkin untuk mendapat *reward* sesuai yang perusahaan janjikan. Seperti hasil penelitian dari Umi Rizqiaty Berdasarkan hasil hipotesis mengenai pengaruh pemberian *reward* terhadap minat belajar Matematika yang telah di analisis menggunakan uji regresi linier sederhana diperoleh nilai Asymp. Sig 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ) dan nilai koefisien korelasinya ( $r^2$ ) = 0,275 atau jika dipresentasikan menjadi 27,5% (Rizqiaty, 2020).

Selanjutnya penelitian tentang fleksibilitas waktu, Fleksibilitas waktu adalah waktu yang dilakukan untuk menjalankan bisnis, yang sering dibatasi dengan absensi. Dengan sistem fleksibilitas waktu masyarakat bisa mengurus pekerjaan rumah sekaligus bekerja karena untuk menjadi distributor MLM PT. Natural Nusantara tidak terikat waktu karena bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja. seperti hasil penelitian dari Hanny Siagian metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan software SPSS. Hasil penelitian simultan waktu fleksibel tidak membutuhkan

pengalaman dan dapat ditentukan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa STIE Mikroskil (Siagian H. , 2016).

Faktor lain yang mempengaruhi minat masyarakat berbisnis MLM yaitu pengembangan karir, bahwa pengembangan karir yaitu “orang yang bekerja untuk perusahaan akan memiliki banyak harapan sebagai imbalan atas pengorbanan atau prestasi yang telah mereka buat. Dengan adanya pengembangan karir disuatu perusahaan maka pekerja atau distributor akan berusaha semaksimal mungkin untuk mencapai target yang sudah ditetapkan agar mereka bisa naik pangkat dari jabatan sebelumnya. Salah satunya adalah keinginan untuk meraih posisi atau posisi yang lebih tinggi atau lebih baik dari posisi yang sebelumnya. Teknik analisis data menggunakan deskriptif statistic dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan secara serempak variabel kompetensi, komitmen dan pengembangan karir berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan (Suji Adelina Ritonga, 2016).

Alasan dipilihnya studi kasus pada PT. Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1866 adalah karena di Pekalongan banyak distributor yang berbisnis dengan sistem *Multi Level Marketing* di PT. Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1866, ini menjadi menarik untuk diteliti secara mendalam mengenai apa yang menjadi alasan distributor PT. Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1866 memiliki minat berbisnis dengan sistem *multi level marketing* (MLM) dikarenakan banyak masyarakat yang menilai

bisnis MLM merugikan (penipuan/ money game), pada faktanya belum tentu semua bisnis MLM itu merugikan.

**Tabel. 1.1**  
**Perkembangan jumlah distributor PT. Natural Nusantara**  
**Cabang Pekalongan 1866 Periode 2016-2020.**

Tahun	Jumlah Distributor
2016	37
2017	95
2018	109
2019	142
2020	167

Sumber: Data diperoleh dari laporan pembukuan stockist PT. Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1866.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Determinasi Faktor Minat Masyarakat Pekalongan Sebagai distributor *Multi Level Marketing* (MLM) PT.Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1866”.

## **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan dikaji adalah sebagai berikut:

1. Apakah modal secara persial berpengaruh terhadap minat masyarakat Pekalongan sebagai Distributor *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1866?
2. Apakah kualitas produk secara persial berpengaruh terhadap minat masyarakat Pekalongan sebagai Distributor *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1866?

3. Apakah *reward* secara persial berpengaruh terhadap minat masyarakat Pekalongan sebagai Distributor *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1866?
4. Apakah fleksibilitas waktu secara persial berpengaruh terhadap minat masyarakat Pekalongan sebagai Distributor *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1866?
5. Apakah Pengembangan karir secara persial berpengaruh terhadap minat masyarakat Pekalongan sebagai Distributor *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1866?
6. Apakah Modal, Kualitas Produk, *Reward*, Fleksibilitas Waktu, Pengembangan Karir, berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat Pekalongan sebagai Distributor *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1866?

### C. Batasan Masalah

Pembatasan masalah dalam peenelitian ditetapkan agar penelitian terfokus pada pokok permasalahan yang ada beserta pembahasannya sehingga diharapkan penelitian tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan.

Penelitian ini dibatasi pada masalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya meneliti pengaruh modal terhadap minat bisnis *Multi Level Marketing* (MLM).
2. Penelitian ini hanya meneliti pengaruh kualitas produk terhadap minat bisnis *Multi Level Marketing* (MLM).

3. Penelitian ini hanya meneliti pengaruh *reward* terhadap minat bisnis *Multi Level Marketing* (MLM).
4. Penelitian ini hanya meneliti pengaruh fleksibilitas waktu terhadap minat bisnis *Multi Level Marketing* (MLM).
5. Penelitian ini hanya meneliti pengaruh pengembangan karir terhadap minat bisnis *Multi Level Marketing* (MLM).

#### **D. Tujuan Penelitian**

Menurut ungkapan pertanyaan diatas, maka tujuan penulisan adalah:

1. Membuktikan atau menunjukkan bukti bahwa modal, baik modal sendiri maupun modal dari pinjaman, mampu meningkatkan minat masyarakat Pekalongan sebagai Distributor *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1866.
2. Membuktikan atau menunjukkan bukti bahwa kualitas produk, baik dari kinerja, keistimewaan tambah, kehandalan, daya tahan produk, mampu meningkatkan minat masyarakat Pekalongan sebagai Distributor *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1866.
3. Membuktikan atau menunjukkan bukti bahwa *Reward*, baik dari pekerjaan itu sendiri, upah, peluang promosi, dan pengawasan, mampu meningkatkan minat masyarakat Pekalongan sebagai Distributor *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1866.

4. Membuktikan atau menunjukkan bukti bahwa fleksibilitas waktu, baik dari membagi waktu, seseorang dapat leluasa mengurus urusan rumah tangga di luar waktu pekerjaan karyawan, mengatur libur, dan kebebasan untuk memiliki pekerjaan sampingan, mampu meningkatkan minat masyarakat Pekalongan sebagai Distributor *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1866.
5. Membuktikan atau menunjukkan bukti bahwa pengembangan karir, baik dari perlakuan yang adil dalam berkarir, kepedulian para atasan langsung kepada distributor, informasi tentang berbagai peluang promosi, adanya minat untuk dipromosikan, mampu meningkatkan minat masyarakat Pekalongan sebagai Distributor *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1866.
6. Membuktikan atau menunjukkan bukti bahwa modal, kualitas produk, *reward*, fleksibilitas waktu, dan pengembangan karir, mampu meningkatkan minat masyarakat Pekalongan sebagai Distributor *Multi Level Marketing* (MLM) PT. Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1866.

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

Hal penting dari penelitian adalah manfaat yang dapat dirasakan atau diterapkan setelah hasil penelitian yang diungkapkan. Adapun manfaat penelitian yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti: Sebagai bahan untuk mengaplikasikan teori-teori yang diperoleh selama di perguruan tinggi, dengan kasus-kasus yang sebenarnya.
2. Bagi perusahaan: Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mengambil keputusan yang lebih baik dalam memasarkan produknya, sehingga menarik keputusan masyarakat untuk menjadi distributor PT. Natural Nusantara.
3. Bagi lembaga pendidikan: Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi perpustakaan IAIN Pekalongan dan menjadi referensi bagi seluruh mahasiswa yang ingin mempelajari permasalahan terkait penggunaan sistem pemasaran *multi level marketing* untuk menjalankan bisnis, serta karya yang dapat dijadikan wacana dan bahan sastra bagi mahasiswa atau kalangan akademisi yang berminat untuk meneliti bidang yang sama.

#### **F. Sistematika Pembahasan**

Untuk mempermudah penjelasan, penelaahan, dan pemahaman maka dalam penelitian ini penulisannya dibagi menjadi 5 bab yang setiap babnya terdiri dari sub-sub bab. Setiap bab atau sub bab yang satu dengan yang lainnya merupakan rangkaian yang sangat terkait.

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II KERANGKA TEORI**

Bab ini berisi tentang landasan teori, tinjauan pustaka, kerangka berpikir dan hipotesis.

### BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, variabel penelitian, dan deviasi operasional, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, instrumen penelitian dan teknik pengumpulan data, serta analisis data.

### BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum lokasi dan analisis pembahasan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi di PT.Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1866.

### BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian penutup yang berisikan kesimpulan dan saran-saran.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Modal tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berbisnis MLM pada PT. Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1866, sehingga setiap kenaikan atau penurunan penilaian terhadap modal tidak akan secara signifikan mempengaruhi minat berbisnis MLM. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{01}$  diterima dan  $H_{\alpha_1}$  ditolak.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat berbisnis MLM pada PT. Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1866, sehingga setiap kenaikan atau penurunan penilaian terhadap kualitas produk akan secara signifikan mempengaruhi minat berbisnis MLM. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{\alpha_2}$  diterima.
3. *Reward* berpengaruh signifikan terhadap minat berbisnis MLM pada PT. Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1866, sehingga setiap kenaikan atau penurunan penilaian terhadap *reward* akan secara signifikan mempengaruhi minat berbisnis MLM. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{\alpha_3}$  diterima.
4. Fleksibilitas waktu berpengaruh signifikan terhadap minat berbisnis MLM pada PT. Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1866, sehingga setiap kenaikan atau penurunan penilaian terhadap fleksibilitas waktu akan

secara signifikan mempengaruhi minat berbisnis MLM. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{04}$  ditolak dan  $H_{\alpha 4}$  diterima.

5. Pengembangan karir berpengaruh signifikan terhadap minat berbisnis MLM pada PT. Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1866, sehingga setiap kenaikan atau penurunan penilaian terhadap pengembangan karir akan secara signifikan mempengaruhi minat berbisnis MLM. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_{05}$  ditolak dan  $H_{\alpha 5}$  diterima.
6. Berdasarkan hasil uji ANOVA (uji F) dapat disimpulkan bahwa modal, kualitas produk, *reward*, fleksibilitas waktu, dan pengembangan karir secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berbisnis MLM pada PT. Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1866.
7. Minat berbisnis MLM pada PT. Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1866 dapat dijelaskan sebesar 50,5% oleh variabel independen yaitu bahwa modal, kualitas produk, *reward*, fleksibilitas waktu, dan pengembangan karir. Sedangkan 49,9% variasi minat berbisnis MLM pada PT. Natural Nusantara Cabang Pekalongan G.1866 dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat dikemukakan saran bagi peneliti sebelumnya, yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel-variabel lain yang berpengaruh terhadap minat berbisnis MLM seperti brand image, lokasi, promosi, kompensasi dan lain sebagainya.

2. Penelitian selanjutnya, diharapkan dapat memperluas penelitian dengan menambah jumlah sampel.
3. Penelitian ini menggunakan model kuesioner sehingga dimungkinkan terjadi kekeliruan ketika responden menjawab kuesioner. Oleh karenanya penelitian mendatang sebaiknya mengembangkan model penelitian dengan metode lain, seperti eksperimen atau investigatif.



## DAFTAR PUSTAKA

- A.F.Jaelani. (1999). *Membuka Pintu Rejeki*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Aravik, H. (2016). *Ekonomi Islam : Konsep, Teori dan Aplikasi serta pandangan pemikir ekonomi islam dari ubaid sampai Al-Maududi*. Malang: Empatdua.
- Arumsari, D. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merk AQUA (Studi Pada Konsumen Toko Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah). *UNDIP*, 43-44.
- Ayu Dewi Utami, d. (2016). Pelaksanaan Jual Beli Melalui Sistem Multi Level Marketing Perspektif Hukum Islam. *Varia Justicia*, 17.
- Bahrudin, M. (2011). Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Hukum Islam. *Asas*, 65.
- Bahrudin, M. (2011). *Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Hukum Islam, Asas, Volume 3*. Lampung: IAIN Raden Intan Lampung.
- Bambang Riyanto, d. e. (2013). Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di desa dayaan dan kalilondo salatiga. *jurnal ilmiah among makartii*, 18.
- Boni, S. Y. (2017). *Apa salah MLM? sanggahan 22 pengaharaman multi level marketing* . Jakarta: Pustaka Al-kautsar.
- Crow, C. a. (1993). *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: PT. Tiara Wacana.
- Echdar, S. (2017). *metode penelitian manajemen dan bisnis panduan komprehensif langkah demi langkah untuk skripsi, tesis, disertai cet- 1*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- et.al, G. (1997). *Organisasi perilaku, struktur dan proses* . Jakarta: Erlangga.
- Etta mamang sangadji, d. S. (2010). *metodologi penelitian-penelitian praktis dalam penelitian*. Yogyakarta: CV Andi offset.

- ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 19 cet-5*. Semarang: Undip.
- Hadi, S. (2006). *metodologi penelitian kuantitatif untuk akuntansi dan keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Handoko, T. H. (1995). *manajemen personalia dan sumber daya manusia, edisi kedua*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Hania. (2019, February Rabu). PT Natural Nusantara. (R. Widyawati, Pewawancara)
- Harefa, A. (1999). *Multi level marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Hutagaol, S. M. (2017). Pengaruh Sistem Multi Level Marketing terhadap Minat Berbisnis New Member (Studi Pada PT Internasional Cabang Medan). *Universitas Sumatera Utara*, 37.
- Ilham, N. (2014). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Usaha Dagang pada Pasar Tradisional di Kabupaten Pangkep. *Univrsitas Hasannudin*, 61.
- Jahja, Y. (2013). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Kencana.
- Kumila, N. (2018). Pengaruh Promosi, Harga, Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Pada OnlineShop di Media Sosial (Studi Kasus Pada Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan angkatan 2014/2015). *Perpustakaan IAIN Pekalongan*, 59.
- Kuncoro, A. T. (2009). konsep bisnis multi level marketing dalam perspektif ekonomi syariah. *september-nopember*, 25.
- Kuncoroningrat. (2001). *metode-metode penelitian masyarakat*. Jakarta: Rineka cipta.
- Manullang, M. (1996). *Dasar-dasar manajemen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Mbayak Ginting, d. E. (2015). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Wira Ekonomi Mikroskil*, 68.
- Misbach, I. H. (2010). *Dahsyatnya sidik jari*. Jakarta: Visimedia.
- Morissan. (2012). *Metode penelitian survei cet-1*. Jakarta: Kencana.
- Nasional, D. P. (2001). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Nawawi, H. (2005). *manajemen sumber daya manusia untuk bisnis yang kompetitif*. Yogyakarta: Gajah mada university press.
- Nindria, A. D. (2014). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Honda CB 150R Streetfire di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajmen*, 294.
- Nur Indriantoro, B. S. (2014). *Metodologi penelitian bisnin untuk akuntansi & manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Nurhayati, S. (2012). *Metodologi penelitian bisnis edisi kedua*. Pekalongan: Pekalongan pers.
- Oktaviani, P. D. (2017). Pengaruh Gaji, Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan (Studi Kasus di Bmt AN-najah Wiradesa). *IAIN Pekalongan*, 70-72.
- Purwanti, B. R. (2013). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Jurnal ilmiah among makarti*, 18.
- Rahmawati, A. (2014). Bisnis Multi Level Marketing Dalam Perspektif Islam. *Equilibrium*, 69-70.
- Rizqiati, U. (2020). Pengaruh Pemberian Reward dan Ice Breaking Terhadap Minat Belajar Matematika Siswa di MIN3 Tulungagung. *IAIN Tulungagung*, 101.
- Rothausen, T. (1994). Job satisfaction and the parent woker : the role of flexibility and rewards. *journal of vocational behavior* , 317-336.

- Sagata, S. (2013). *Human Capital*. Bandung: Alfabeta.
- sanusi, A. (2014). *metodologi penelitian bisnis*. Jakarta: Salemba empat.
- Saputra, A. R. (2015). pengaruh kompetensi, komitmen dan pengembangan karir terhadap kinerja karyawan PT. Bank rakyat indonesia (Persero) Pekanbaru. *jurnal tepak manajemen bisnis*, 37.
- Saputro, R. M. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, dan lokasi terhadap keputusan pembelian. *Universitas Diponegoro*, 4.
- Sari, D. M. (2019). Pengaruh Flesibelitas Jam Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Dengan Komitmen Organisasi dan Konflik Pekerjaan-Keluarga Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Wanita Pekerja di Kota Surakarta). *IAIN Surakarta*, 12.
- Siagian, H. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa jurusan manajemen bisnis STIE mikroskil dalam keikutsertaan bisnis multi level marketing . *business management journal*, 38.
- Siagian, H. (2016). Analisis Faktor-faktor Yang Mmempengaruhi Minat Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis STIE Mikroskil dalam Keikutsertaan Bisnis Multi level Marketing. *Business Management Journal*, 124.
- Siagian, S. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Siregar, S. (2014). *statistik parametik untuk pnelitian kuantitatif*. jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Soewarno. (2001). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sudrajat, A. (2014). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Muslim : Studi pada Pedagang sayuran di Pasar Jagasatru Cirebon. *ADDIN*, 112.

- Sugiono. (2010). *metode penelitian pendekatan kuantitatif dan kualitatif, R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2003). *Statistika untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2005). *metodologi penelitian pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Suji Adelina Ritonga, D. H. (2016). Pengaruh kompetensi, komitmen dan pengembangan karir terhadap kinerja karyawan pada PT.Prudential Life Assurance Rantauprapat. *Ecobisma*, 60.
- sujiyanto, A. e. (2009). *Aplikasi statistik dengan SPSS 16*. Jakarta: Pt. prestasi pustakaraya.
- suoranto, J. (2007). *teknik sampling untuk survey dan eksperimen*. Jakarta: Rineka cipta.
- temalagi, H. I. (2013). *Analisis multivariate teknik dan aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Wahab, A. R. (2004). *Psikologi suatau pengantar dalam perspektif islam*. Jakarta: prenada media.
- Wahyudi, B. (2002). *manajemen sumber daya manusia*. Bandung: Salemba Empat.
- Windyasari. (2015). Faktor-faktor yang Mnghambat Minat Berbisnis SiswaKela XII Kompetensi Keahlian Administrasi Perkantoran SMK Muhammadiyah Bantul. *UNY*, 12-13.
- zuriah, N. (2006). *metodologi penelitian sosial dan pendidikan cet. ke- 1*. Jakarta: PT. Bumi aksara .