

**KEPUTUSAN MENJADI MITRA *MULTI LEVEL MARKETING* (MLM)
SYARIAH DAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA
(Studi Kasus Pada PT. Herbal Penawar Al-Wahida Indonesia BC 2 Kota Cimahi)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam



Oleh:

**Hamzah Jundi
1304262**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2020**

**KEPUTUSAN MENJADI MITRA *MULTI LEVEL MARKETING* (MLM)
SYARIAH DAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA
(Studi Kasus Pada PT. Herbal Penawar Al-Wahida Indonesia BC 2 Kota Cimahi)**

Oleh:
Hamzah Jundi

Sebuah Skripsi yang Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

©Hamzah Jundi 2020
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2020

Hak cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Keputusan Menjadi Mitra Multi Level Marketing (Mlm) Syariah Dan Faktor Yang Mempengaruhinya (Studi Kasus Pada PT. Herbal Penawar Al-Wahida Indonesia BC 2 Kota Cimahi) ”** ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2020
Yang Membuat Pernyataan

Hamzah Jundi

NIM 134262

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **KEPUTUSAN MENJADI MITRA MULTI LEVEL MARKETING (MLM) SYARIAH DAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHINYA** (Studi Kasus Pada PT. Herbal Penawar Al-Wahida Indonesia BC 2 Kota Cimahi)

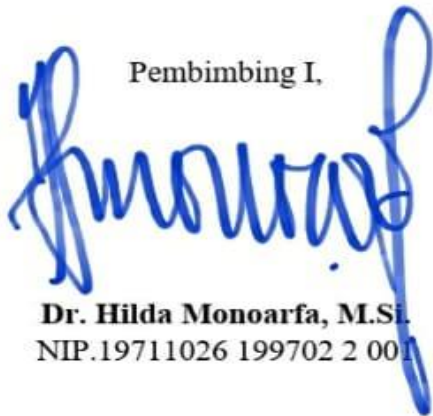
Penyusun : Hamzah Jundi

NIM : 1304262

Program Studi : Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

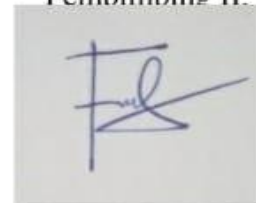
Bandung, Juli 2020

Pembimbing I,



Dr. Hilda Monoarfa, M.Si.
NIP.19711026 199702 2 001

Pembimbing II,



Firmansyah, S.Pd. M.E.Sy.
NIP. 19841130 201404 1 001

Mengetahui:

Ketua Prodi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam,




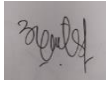

Dr. A. Jajang W. Mahri, M.Si.
NIP. 19641203 199302 1 001

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN (REVISI)

**UJIAN SKRIPSI
PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM (S1)
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

Tanggal Ujian Skripsi : 28 Agustus 2020
Penyusun : Hamzah Jundi
NIM : 1304262
Program Studi : Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam
Judul Skripsi : Keputusan Menjadi Mitra Multi Level Marketing (MLM) Syariah dan Faktor yang Mempengaruhinya (Studi Kasus pada PT Herbal Penawar Al-Wahida Indonesia BC 2 Kota Cimahi)

Telah direvisi, disetujui oleh para penguji skripsi

No.	Penguji Sidang	Tanda Tangan	
1	Dr. Juliana, M.E.Sy.	1. 	2. 
2	Neni Sri Wulandari, S.Pd., M.Si		
3	Fitrany Adirestuty, M.E.Sy.	3. 	

Bandung, Agustus 2020

Dosen Pembimbing I,



Dr. Hilda Monoarfa, M.Si.
NIP.19711026 199702 2 001

Dosen Pembimbing II,



Firmansyah, S.Pd., M.E.Sy.
NIP. 198411302014041001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam



Dr. A. Jajang W. Mahri, M.Si.
NIP. 196412031993021001

Hamzah Jundi (1304262). Keputusan Menjadi Mitra *Multi Level Marketing* (Mlm) Syariah Dan Faktor Yang Mempengaruhinya (Studi Kasus Pada PT. Herbal Penawar Al-Wahida Indonesia BC 2 Kota Cimahi). Pembimbing I : Dr. Hilda Monoarfa, M.Si. Pembimbing II : Firmansyah S.Pd. M.E.Sy.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi mitra MLM syariah PT Herbal Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) BC 2 Kota Cimahi.. Dengan variabel-variabel yang digunakan adalah faktor, produk, harga dan religiusitas. Penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif dengan pengambilan data menggunakan kuesioner atau angket. Sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah member/mitra HPAI yang berjumlah 30 orang, dikarenakan penelitian yang dilaksanakan pada kondisi pandemi COVID-19 dengan menggunakan teknik *snowball sampling*. Hasil kesimpulan yang diperoleh bahwa member yang menjadi mitra di HPAI pada PT Herbal Penawar Alwahida Indonesia BC 2 Kota Cimahi sudah melaksanakan dengan baik etika bisnis Islam dalam transaksi jual beli yang terlihat dari kode etik dan standar pelayanan yang telah ditetapkan. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara produk terhadap keputusan menjadi mitra MLM syariah HPAI, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan menjadi mitra, terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara religiusitas terhadap keputusan menjadi mitra. Secara simultan produk, harga, dan religiusitas berpengaruh terhadap keputusan menjadi mitra MLM syariah HPAI.

Kata kunci : Produk, Harga, Religiusitas, Keputusan Menjadi Mitra, Multi Level Marketing Syariah

Decision To Become Sharia Multi Level Marketing (Mlm) Partners And The Factors Affecting It (Case Study at PT. Herbal Penawar Al-Wahida Indonesia BC 2 Cimahi City). Pembimbing I : Dr. Hilda Monoarfa, M.Si. Pembimbing II : Firmansyah S.Pd. M.E.Sy.

ABSTRACT

This study aims to determine the factors that influence the decision to become a Sharia MLM partner of PT Herbal Penawar Alwahida Indonesia (HPAI) BC 2 Cimahi City. The variables used are factors, products, prices and religiosity. This research is a quantitative descriptive method by taking data using a questionnaire or questionnaire. While the sample in this study was a member / partner of HPAI, amounting to 30 people, because the research was carried out in the condition of the COVID-19 pandemic by using snowball sampling technique. The conclusion is that members who become partners at HPAI at PT Herbal Penawar Alwahida Indonesia BC 2 Cimahi City have implemented Islamic business ethics well in buying and selling transactions as seen from the established code of ethics and service standards. The data analysis tool used is linear regression analysis. Based on the results of the analysis it can be concluded there is a positive and significant influence between the products on the decision to become a MLM Sharia HPAI partner, there is a positive and significant influence between the price of the decision to become a partner, there is a positive and significant effect between religiosity towards decision to become a partner. Simultaneously the product, price, and religiosity affect the decision to become a MLM sharia HPAI partner.

Keyword : Product, Price, Religiosity, Decision to Become a Partner, Sharia Multi Level Marketing

KATA PENGANTAR



Puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini, berkat rahmat dan karunia-Nya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun dengan judul **“Keputusan Menjadi Mitra *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah Dan Faktor Yang Mempengaruhinya (Studi Kasus Pada Pt. Herbal Penawar Al-Wahida Indonesia BC 2 Kota Cimahi)”**.

Skripsi ini membahas mengenai keputusan menjadi mitra MLM syariah pada Mitra PT Herbal Penawar Al-wahida Indonesia Kota Cimahi yang ditinjau menggunakan teori keputusan dengan peran produk, harga, dan religiusitas sebagai variabel. Penulis berharap penelitian ini dapat membantu mengatasi permasalahan isu Multi Level Marketing Syariah di Indonesia.

Terima kasih penulis ucapkan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Penulis tidak menutup kemungkinan dalam penulis skripsi ini terdapat berbagai kekurangan. Mengingat keterbatasan pengalaman dan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak untuk memperbaiki penulisan selanjutnya.

Bandung, Agustus 2020

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah penulis memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah Subhanahu Wataala atas karunia dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan salah satu kewajiban sebagai mahasiswa yaitu menyusun tugas akhir atau skripsi dengan baik dan tepat pada waktunya. Shalawat serta salam semoga terlimpah curahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, kepada sahabatnya, serta kepada seluruh umatnya hingga akhir zaman.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini tidak terlepas dari dukungan dari berbagai pihak yang telah berkenan memberikan pengarahan, bantuan, dan dukungan baik bersifat moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis dengan penuh rasa syukur mengucapkan terimakasih kepada:

1. Orangtua tercinta, Yudi Widiana A. dan Ibu Ummi Utami Dewi yang merupakan dua sosok terbaik yang selalu memberikan dukungan, memberi semangat, memberi kasih sayang dan perlindungan hingga kini penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini dan mampu menyelesaikan studi pada program studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam.
2. Kakak kandung penulis Ismail Zuhi, Adik kandung penulis, Yusuf Azmi Madani, Fatiya Aminah, dan Aiysha Aminah yang senantiasa memberikan dukungan, kasih sayang, selalu menemani dan menghibur penulis dikala senang dan sedih setiap harinya.
3. Bapak Dr. A. Jajang W. Mahri., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam. Terima kasih atas dukungan, memberikan motivasi, mengarahkan, memfasilitasi kelancaran studi, memberikan pembelajaran yang amat luas dan sangat bermanfaat untuk diimplementasikan dalam kehidupan penulis saat ini dan di masa yang akan mendatang.
4. Ibu Dr. Hilda Monoarfa., M.Si. selaku dosen pembimbing I penulis yang juga merupakan sosok orangtua penulis di dunia perkuliahan. Terima kasih atas kebaikan, dukungan, doa, motivasi yang amat berharga, bantuan

terbaiknya, dan selalu membimbing penulis dengan sabar dari awal hingga proses penyelesaian masa studi.

5. Bapak Firmansyah, S.Pd. M.E.Sy. , selaku dosen pembimbing II penulis yang juga merupakan sosok orangtua penulis di dunia perkuliahan. Terima kasih atas kebaikan, dukungan, doa, motivasi yang amat berharga, bantuan terbaiknya, dan selalu membimbing penulis dengan sabar dari awal hingga proses penyelesaian masa studi.
6. Ibu Dra. Heraeni Tanuatmodjo, MM , selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan motivasi dan dukungannya untuk menyelesaikan studi dari awal semester hingga penyelesaian skripsi ini.
7. Yang saya hormati Rektor Universitas Pendidikan Indonesia Bapak Prof. Dr. M. Solehuddin., M.Pd., dan Bapak Prof. Agus Rahayu., M.Pd., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis yang telah memfasilitasi kelancaran penulis di Universitas Pendidikan Indonesia.
8. Segenap Dosen Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam: Ibu Aneu Cakhyaneu., S.Pd., M.E.Sy., Ibu Neni Sri Wulandari., S.Pd., M.Si., Ibu Rida Rosida, B.Sc., M.Sc., Ibu Dr. Aas Nurasyiah., M.Si., Ibu Suci Apriliani Utami., S.Pd., M.E.Sy., Ibu Rumaisah Azizah Al-Adawiyah., S.E., M.Sc., Ibu Fitrianty Adirestuty., S.Pd., M.Si., Bapak Dr. Juliana., M.E.Sy., dan Bapak Firmansyah., S.Pd., M.E.Sy., yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman berharga yang sangat bermanfaat untuk diimplementasikan dalam kehidupan penulis.
9. Ibu Lela selaku Staff Administrasi Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam yang telah memberikan dukungan, membantu, dan memfasilitasi penulis dalam mengurus administrasi selama perkuliahan.
10. Bapak Cecep M. Kurnia sebagai orangtua penulis di dunia perkuliahan, terima kasih atas doa, dukungan, dan pembelajaran yang amat berharga yang sangat bermanfaat untuk kehidupan penulis saat ini dan di masa yang akan datang.
11. Seluruh responden yaitu Mitra PT Herbsal Penawar Al-Wahida Kota Cimahi yang sudah berpartisipasi dalam penelitian penulis.

12. Segenap keluarga PT. HPAI BC 2 Kota Cimahiterima kasih atas semangat, pembelajaran, dan dukungan kepada penulis.
13. Bapak dan Ibu Guru SDIT Nur Al-Rahman Cimahi, SMP IT Insan Mandiri Sukabumi, SMAI Nurul fikri Boarding School Lembang, yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat yang mampu mengantarkan penulis hingga saat ini.
14. Sahabat-sahabat yang selalu menemani selama empat tahun perkuliahan. Terimakasih atas kebersamaan, canda tawa, kebahagiaan, berbagi keceriaan dan kesedihan, dan bantuan lainnya kepada penulis selama perkuliahan. Terimakasih, ku kenang masa masa indah kita.
15. Rekan rekan terbaik seperjuangan 2013, terima kasih atas support terbaik untuk penulis.
16. Keluarga kedua IEKI 2013, terima kasih atas kebersamaan dan perjuangan bersama selama empat tahun, semoga kita diberikan kesuksesan dan kelancaran pada fase kehidupan selanjutnya.
17. Sahabat-sahabat yang menemani semasa sekolah. Terima kasih atas kebersamaan dan dukungannya kepada penulis.
18. Keluarga SOSPOL HIMA IEKI 2015.
19. Keluarga Kementrian Luar Negeri BEM REMA UPI 2016.
20. Rekan-rekan Internship 2016 PT. Sharia GreenLand, M. Ilyas Hermawan dan M. Mahardika.
21. Rekan-rekan KKN Desa Sindanggalih 2016.
22. Adik-adik tingkat IEKI angkatan 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019.
23. Semua pihak yang telah banyak memberikan doa dan dukungan penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih untuk segala kebaikan yang telah diberikan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, semoga Allah SWT memberikan balasan terbaik di dunia dan di akhirat yang berlipat ganda atas kebaikan yang telah diberikan kepada penulis selama ini hingga penyelesaian skripsi ini.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1. Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2. Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.4. Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5. Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II TELAAH PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
2.1. Telaah Pustaka.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1. Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.1. Pengertian Keputusan.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.2. Tipe Pengambilan Keputusan Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.3. Motif-motif Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.4. Proses Pengambilan Keputusan	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.5. Keputusan Pembelian dalam Islam ..	Error! Bookmark not defined.
2.1.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3. Religiusitas.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4. <i>Multi Level Marketing</i> (MLM)	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.1. Pengertian <i>Multi Level Marketing</i> (MLM).....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.2. Jenis dan Bentuk MLM.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4.3. MLM dalam Islam	Error! Bookmark not defined.
2.2. Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
2.3. Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
2.4. Hipotesis Penelitian	Error! Bookmark not defined.

BAB III OBJEK, METODE, DAN DESAIN PENELITIAN..... Error! Bookmark not defined.

- 3.1. Objek Penelitian **Error! Bookmark not defined.**
- 3.2. Metode Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3.3. Desain Penelitian **Error! Bookmark not defined.**
 - 3.3.1. Definisi Operasional Variabel..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 3.3.2. Populasi dan Sampel Penelitian **Error! Bookmark not defined.**
 - 3.3.3. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data **Error! Bookmark not defined.**
 - 3.3.4. Teknik Analisa Data..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 3.3.5. Pengujian Hipotesis..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 3.3.5.1. Koefisien Determinasi (R^2) **Error! Bookmark not defined.**
 - 3.3.5.2. Pengujian Hipotesis secara Parsial (Uji t) **Error! Bookmark not defined.**

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... Error! Bookmark not defined.

- 4.1. Deskripsi Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.1.1. Karakteristik Responden **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.1.2. Deskripsi Variabel Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**
- 4.2. Uji Asumsi Klasik **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.2.1. Uji Normalitas **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.2.2. Uji Heteroskadistisitas **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.2.3. Uji Multikolinearitas **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.2.4. Uji Regresi Linier Berganda **Error! Bookmark not defined.**
- 4.3. Uji Hipotesis..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.3.1. Uji T **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.3.2. Uji F **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.3.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... **Error! Bookmark not defined.**
- 4.4. Pembahasan Hasil Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.4.1. Pengaruh Variabel Produk terhadap Keputusan menjadi mitra MLM Syariah HPAI..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.4.2. Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan menjadi mitra MLM syariah HPAI..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.4.3. Pengaruh Variabel Religiusitas terhadap Keputusan menjadi mitra MLM syariah HPAI..... **Error! Bookmark not defined.**

BAB V.....	Error! Book
SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	Error
defined.	
5.1. Simpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2. Implikasi dan Rekomendasi	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	xi
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Pendaftaran Mitra HPAI Cimahi tahun 2018 - 2019	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.2. Bobot Penilaian Skala Likert	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.3. Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.4. Hasil Uji Reabilitas Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.1. Distribusi Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.2. Persentase Jawaban Responden Tentang Variabel Produk (X1)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.3. Persentase Jawaban Responden Tentang Variabel Harga (X2)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.4. Persentase Jawaban responden Tentang Variabel Religiusitas (X3)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.5. Persentase Jawaban Responden Tentang Variabel Keputusan Menjadi Mitra.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.6. Hasil Uji Kolmogov-smirnov	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.7. Tabel Hasil Uji Glejser	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.8. Hasil Uji Multikolinearitas.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.9. Hasil Uji T (Parsial)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.10. Tabel Hasil Uji F.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4.11. Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1. Kerangka Pemikiran **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 2.1. Bagan Teknik *Snowball Sampling* **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas P-Plot..... **Error! Bookmark not defined.**
- Gambar 4.2. Hasil Uji Heteroskadistisitas *Scatterplot* **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA

- (t.thn.). Diambil kembali dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20191008103105-37-105159/qnet-dan-daftar-27-tawaran-investasi-bodong-baru-hati-hati>
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ananda Putra, F. (2018). Pengaruh Brand Equity dan Religiusitas Terhadap Repurchase Intention pada Perusahaan Retail Berbasis Islam. *Jurnal Penelitian Universitas Islam Indonesia*.
- Arifin. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Arifin, Z. (2011). *Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, S. (2013). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia*. (2018). Dipetik Februari 08, 2020, dari APLI.co.id: <https://www.apli.or.id>
- Daulay, A. N., & Ilhamy Nasition, M. L. (2016). *Manajemen Perbankan Syariah*. Medan: FEBI UIN-SU.
- Dewan Redaksi Ensiklopedi Islam. (2003). *Ensiklopedi Islam* (4th ed.). Jakarta.
- Dewi, S., Ali, M., & Indah, L. (2011). Hubungan Antara "Religious Commitment" dengan Keputusan Menggunakan Jasa Bank Syariah pada Dosen Unisba. *Prosiding SNapp2011: Sosial, Ekonomi, dan Humaniora ISSN 2089-3590*.
- Djalaludin. (1995). *Psikologi Agama*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Drummond, H. (2003). *Pengambilan Keputusan yang Efektif*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Habibah, U., & Sumiati. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK WARDAH DI KOTA BANGKALAN MADURA. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis UNTAG Surabaya*.
- Harefa, A. (2001). *MLM dan Penggandaan Uang*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hasan, M. I. (2002). *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Idrus, M. (2009). *Metode penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: PT. Gelora Akasara Pratama.

- Jauhari, S. (2013). *MLM Syariah: Buku Wajib Wirausahawan Muslim Praktisi MLM Syariah*. ttp: Mujaddidi Press.
- Kasmir. (2005). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kazmier, L. (2005). *Statistik Untuk Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Kepala BC 2 HPAI Cimahi. (2020, Februari 14). (Hamzah, Pewawancara)
- Khaeruman, B. (2010). *Ulum Al-Hadis*. Bandung: Pustaka Setia.
- K-link.co.id. (2014). *MLM Syariah dan MLM Konvensional Beda*. Dipetik Desember 18, 2019, dari K-link.co.id: <https://k-link.co.id/id/mlm-syariah-dan-mlm-konvensional-beda/>
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Legawa, J. J. (2005). *Empat Pilar Keberhasilan Bisnis Pemasaran Jaringan*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Lestari, & Muflikhah, A. (2015). Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Bank Syariah. *Junal Ilmiah*.
- Limakrisna, N., & Hary Susilo, W. (2012). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi dalam Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Malhotra, N. (2007). *Marketing Research: an applied orientation, pearson education, inc.* . New Jersey: USA.
- Martini. (2015). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic. *Jurnal Penelitian IAIN Kudus*.
- Mashitoh HSB. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan .
MLM Syariah dan MLM Konvensional Beda. (t.thn.). Dipetik Desember 18, 2019, dari Klink.co.id: <https://k-link.co.id/id/mlm-syariah-dan-mlm-konvensional-beda/>
- Mokhlis, S. (2010). Religion Contrasts in Consumer Shopping Styles: A Factor Analytic Comparison. *Journal of Business Studies Quarterly*, II(1), 52-64.
- Morissan. (t.thn.). *Periklanan Komunikasi*. 94.
- Morrison. (2010). *Periklanan Komunikasi Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenadamedia.

- Nasrullah, M. (2015). Islamic Branding, Religiusitas dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk. *Jurnal Hukum Islam*, XIII(2), 79-87.
- Newman, W. L. (2003). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*. Boston: Allyn and Bacon.
- Nurohman, D. (2011). *Memahami dasar-dasar Ekonomi Islam*. Yogyakarta.
- Patel. (2012). Influence of Religion on Shopping Behavior of Consumers : An Exploratory Study . *ABHINAV National Monthly Referred Journal of Research in Commerce & Management Volume 1 Issue No.5*, 68-78.
- PT. HPAI. (2016). *Panduan Sukses HPAI, Produk Halal Tanggung Jawab Bersama*. Jakarta: PT. HPAI.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam UII Yogyakarta. (2013). *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Rajawali Pers.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Reza, P. (2014, Maret 24). Religiusitas, Pengertiannya, dan aspek-aspeknya.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati. *STIE AKA Semarang*, 101.
- Rosyidah, S. M., & Lestari, W. (2013). Religiusitas Dan Persepsi Risiko Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Pada Perspektif Gender. *Journal of Business and Banking*, III(2), 189-200.
- Sahlan, A. (2011). *Religiusitas Perguruan Tinggi: Potret Tradisi Keagamaan di Perguruan Tinggi Islam*. Malang: UIN Maliki Press.
- Sangaji, E. M., & Sopiha. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sartika, D., Mubarak, A., & Larasati, I. (2011). Hubungan antara "Religious Commitment" dengan Keputusan Menggunakan Jasa Bank Syariah pada Dosen Unisba. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan PKM: Sosial, Ekonomi dan Humaniora. II*, hal. 437-447. Bandung: Unisba.
- Schiffman, & Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). Jakarta: Indeks.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Shovi Salidza. (2017). Pengaruh Label Halal dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik di Kota Malang .

- Situs resmi APLI.* (t.thn.). Dipetik Februari 08, 2020, dari Situs resmi APLI, <https://www.apli.or.id> diakses pada tanggal 08 Februari 2020 pukul 23.00 wib.: <https://www.apli.or.id>
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.* Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan. (t.thn.). *Perilaku Konsumen.*
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapan dalam Pemasaran* (2nd ed.). Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sunarto. (2007). *Manajemem Ritel.* Yogyakarta: Amus.
- Supranto, & Limakrisna, N. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Perasaingan Bisnis* (2nd ed.). Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Suprayitno, E. (2008). *Ekonomi Mikro Perspektif Islam.* Yogyakarta: UIN Malang Press.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran.* Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tarigan, A. A. (2012). *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi: Sebuah Eksplorasi Melalui Kosakata Kunci dalam Al-Qur'an.* Bandung: Citapustaka Media Perintis.
- Thoha, M. (2004). *Perilaku Organisasi, Konsep Dasar dan Aplikasinya.* Jakarta: CV Rajawali.
- Tjiptono, F. (2010). *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta: Rineke Cipta.
- Tribunnews.com. (2019, 12 10). *direktur-qnet-karyadi-tersangka-penipuan-perusahaan-money-game-ditaguhkan-penahanannya.* Dipetik 4 24, 2020, dari Tribbunnews.com: <https://www.tribunnews.com>
- Walgito, B. (2004).
- Walgito, B. (2010). *Pengantar Psikologi Umum.* Yogyakarta: CV Andi offset.
- Walker, B. L. (1997). *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.
- Wibowo, S., & Supriadi, D. (2013). *Ekonomi Mikro Islam.* Bandung: Pustaka Setia.
- Yusuf B, S. (2017). *Apa sSalah MLM: Sanggahan 22 Pengharaman Multi Level Marketing.* Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.

Syamil Qur'an Terjemah Tafsir Per kata, (Bandung: PT. Sygma Examedia Arkanleema, 2010), h. 25.

Alqur'anul Karim, (Depok: Sabiq, 2015), h. 122.

Lihat QS. Ali Imran [3]: 132 "Dan taatlah kepada Allah dan Rasul (Muhammad) agar kamu diberi rahmat."