

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran	xvi
Abstrak	xvii
<i>Abstract</i>	xix

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Kegunaan Penelitian	9
F. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	10
G. Penegasan Istilah.....	10
H. Sistematika Penulisan Skripsi	14

BAB II : LANDASAN TEORI

A. Hakikat <i>Marketing Plan</i>	16
--	----

B.	Hakikat <i>Brand Equity</i>	22
C.	Hakikat Kepuasan Distributor MLM	33
D.	Hakikat Aktivitas Bisnis MLM Syariah	39
E.	Kajian Penelitian Terdahulu	64
F.	Kerangka Konseptual	84
G.	Hipotesis Penelitian	85

BAB III : METODE PENELITIAN

A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian	86
1.	Pendekatan Penelitian	86
2.	Jenis Penelitian	87
B.	Populasi, <i>Sampling</i> dan Sampel	87
1.	Populasi	87
2.	Teknik <i>Sampling</i>	91
3.	Sampel	91
4.	Definisi Konsep	92
5.	Definisi Operasional	94
C.	Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	96
1.	Sumber Data	96
2.	Variabel Data Penelitian	97
3.	Skala Pengukuran Variabel	97
D.	Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian	99
E.	Teknik Analisis Data	100
1.	Uji Normalitas	100
2.	Uji Asumsi Klasik	100
3.	Uji Regresi Linier Berganda	102
4.	Uji Hipotesis	102
5.	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	103
F.	Sistematika Penulisan	104

BAB IV : HASIL PENELITIAN

A.	Gambaran Umum Perusahaan.....	106
1.	Sejarah Singkat Perusahaan.....	106
2.	Visi dan Misi TIENS Group.....	108
3.	Produk TIENS Syariah di Indonesia	117
4.	Implementasi Bisnis <i>Multi Level Marketing</i> (MLM)	120
5.	<i>Support System</i>	122
B.	Penyajian Data.....	124
1.	Karakteristik Responden	124
2.	Deskripsi Data Penelitian	126
C.	Analisis Data.....	141

BAB V : PEMBAHASAN

A.	Pengaruh <i>Marketing Plan</i> terhadap aktivitas bisnis <i>Multi Level Marketing</i> (MLM) Syariah pada distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar.....	160
B.	Pengaruh <i>Brand Equity</i> terhadap aktivitas bisnis <i>Multi Level Marketing</i> (MLM) Syariah pada distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar.....	162
C.	Pengaruh Kepuasan Distributor terhadap aktivitas bisnis <i>Multi Level Marketing</i> (MLM) Syariah pada distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar.....	164
D.	Pengaruh <i>Marketing Plan</i> , <i>Brand Equity</i> , dan Kepuasan Distributor terhadap aktivitas bisnis <i>Multi Level Marketing</i> (MLM) Syariah pada distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar	166

BAB VI : PENUTUP

A. Kesimpulan	169
B. Saran	170

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN