

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Singkat Perusahaan

Pada Tahun 1995, Mr. Li Jinyuan mendirikan Tiens Group Corporation Ltd (sekarang dikenal dengan nama Tiens Group), yang memasuki pasar internasional pada tahun 1997. Sekarang TIENS Group telah menjadi group multinasional yang mencakupi bioteknologi, manajemen kesehatan, hotel dan tourism, pendidikan dan pelatihan, e-commerce, keuangan, investasi, dan juga modal industri, modal komersial, dan modal keuangan. Dengan usaha yang meliputi lebih dari 190 negara dan daerah, TIENS memiliki anak perusahaan atau cabang di 110 negara dan wilayah dengan merancang strategi bersama dengan pengusaha kelas satu di manca negara. TIENS Group telah mengembangkan nutrisi makanan kesehatan, produk perawatan kesehatan, produk perawatan kecantikan, produk perawatan rumah tangga, dan berbagai macam produk lainnya. Dengan menawarkan sebuah gaya hidup berkualitas tinggi yang menjadikan kestabilan kelompok pengguna dengan lebih dari 30 juta keluarga dan partner bisnis dan memberikan mereka kesehatan, kebahagiaan, kecantikan, dan kesejahteraan.

Dengan mengikuti strategi pengembangan TIENS, yaitu “Industri Kesehatan Terbaik” TIENS Group telah mendirikan TIENS International Health Industrial Park dan TIENS International University, yang mencakupi area 1 km persegi. Total keseluruhan projek mencapai RMB 7 miliar yuan. Industrial Park terintegrasi dengan R&D produk, percobaan, produksi dan manufaktur, studi kesehatan medis, hotel, konvensi, dan eksepsi ekonomi, termasuk “Pengembangan inovasi sistem teknologi kesehatan” dengan berpegang pada pusat R&D dan pusat pengecekan kualitas yang mengikuti standar internasional, “produksi dan sistem logistik terkini” dengan memodernisasi lahan produksi dan tempat

penyimpanan; “sistem pelayanan terkini” meliputi pelayanan di Tai Ji Sun Hospital Internasional Health Management Center, All Legend International Hotel Exhibition Center, dan “sistem edukasi terkini” yang tertuju pada TIENS College. TIENS akan membangun sebuah rantai industri kesehatan yang berintegrasi dengan arus individu, arus material, arus modal dan arus informasi, hal ini yang akan membangun TIENS Internasional Health Industrial Park menjadi “Pusat industri kesehatan terhebat” dan membangun suatu platform karir yang lebih kuat dan membawa perkembangan untuk TIENS group.

TIENS Group selalu menjunjung tinggi nilai sosial dengan mengusung filosofi “Datang dari rakyat, melayani rakyat” dan dengan aktif melakukan kegiatan amal. Sampai saat ini, TIENS Group telah menyumbangkan lebih dari RMB 1,5 Miliar yuan dalam kegiatan amal dan mensejahterakan masyarakat.

Dengan tim yang sangat berbakat dan melokalisasi dan menginternasionalkan manajemen di bawah implementasi dari strategi internasional TIENS Group. Sekarang, TIENS telah membangun karyawan yang mau belajar, fokus berinovasi, dan beretiket internasional menjadi sebuah tim yang sangat tangguh, dan merekrut lebih dari 10.000 manajer di manca negara. Di antara berbagai macam talenta yang ada, 35% dari karyawan merupakan lulusan Master dan di atasnya.

Sekarang TIENS Group telah memulai dari teori berkelanjutan termasuk “teori pengganti baru”. Konsumsi menciptakan kesejahteraan, pengoperasian konsumsi menciptakan kesejahteraan yang lebih lagi, filosofi dari “pemikiran pelaksanaan, memperkaya pelayanan dan pengaturan”, pelaksanaan sistem manajemen dan garansi sistem yang luar biasa.¹⁰²

¹⁰² Profil Perusahaan TIENS Group “TIENS Syariah”

2. Visi dan Misi TIENS Group

Berikut ini merupakan Visi dan Misi Tiens Group:

“Visi : Berada di deretan terdepan dalam industri penjualan langsung dunia.”

“Misi : Menyediakan bagi para konsumen dunia produk berkualitas dan kesempatan pendidikan dan kesejahteraan, meningkatkan kualitas hidup, dan membangun sebuah masyarakat internasional yang harmonis.”

Gambar 4.1

Perusahaan TIENS Internasional



Pada tahun 2000 Tiens group mulai memasuki perdagangan di Indonesia dengan nama perusahaan PT. Singa Langit Jaya atau lebih dikenal dengan Tiens Indonesia. Sebagai perusahaan *Multi Level Marketing* (MLM), Tiens Indonesia berhasil memasarkan bisnisnya dengan cepat. Hal ini dibuktikan dengan keberhasilannya mencatat lebih dari 10 juta distributor dan konsumen setia yang tersebar di seluruh Indonesia. Selain itu, Tiens Indonesia juga berhasil membangun beberapa kantor cabang yang tersebar di beberapa kota besar di Indonesia, diantaranya ialah Jakarta, Bandung, Palembang, Semarang, Surabaya, Medan, Makasar, Kalimantan, dan Papua.

Tiens Group mengokohkan diri sebagai salah satu *perusahaan Multi Level Marketing* (MLM) internasional yang bonafit dan terpercaya.

Perusahaan Tiens group memahami peluang dan kebutuhan yang dibutuhkan oleh para distributornya di suatu negara. Kepercayaan dan adat istiadat lokal selalu dijadikan bahan pertimbangan dalam merancang strategi dan membuat kebijakan di setiap daerah pemasaran Tiens, sehingga hal tersebut dapat memberikan perasaan aman dan nyaman dalam bermitra dengan bisnis ini.

Terjadinya perbedaan pendapat di masyarakat mengenai status hukum bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) dipertajam dengan adanya perbedaan antara istilah *Multi Level Marketing* (MLM) dengan *Money Game* (MG). Sedangkan *Money Game* (MG) menurut Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN MUI/VII/2009, adalah:

“Kegiatan penghimpunan dana masyarakat atau penggandaan uang dengan praktik memberikan komisi dan bonus dari hasil perekrutan/pendaftaran mitra usaha yang baru/bergabung kemudian, dan bukan dari hasil penjualan produk, atau dari hasil penjualan produk namun produk yang dijual tersebut hanya kamufase atau tidak mempunyai mutu/kualitas yang dapat dipertanggungjawabkan.”

Sedangkan menurut Fatwa DSN-MUI Nomor: 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung berjenjang Syariah, memberikan definisi tentang bisnis *Multi Level Marketing* (MLM), “bahwa *Multi Level Marketing* (MLM) adalah cara penjualan barang atau jasa melalui jaringan pemasaran yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha kepada sejumlah perorangan atau badan usaha lainnya secara berturut-turut.”¹⁰³

Pemasaran tersebut dilakukan oleh setiap pelaku usaha yang disebut dengan distributor (member/anggota) atau badan usaha. Dalam Undang-undang Nomor: 5 tahun 1999, mendefinisikan tentang pelaku usaha, yaitu:

“Pelaku usaha adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan

¹⁰³ Agah Nugraha, *109 Fatwa DSN-MUI 2000-2017, Tentang Keuangan Syariah, Ekonomi Syariah, dan Bisnis Syariah*, (Bandung: Mujahid Pres, 2017), hal. 153

berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.¹⁰⁴

Demi memberikan rasa aman bagi seluruh masyarakat Indonesia khususnya masyarakat muslim di Indonesia, Tiens Indonesia telah membuat gebrakan baru yang menggembirakan. Pada tanggal 14 Januari 2013 Tiens Indonesia berhasil memperoleh sertifikat syariah setelah melalui evaluasi dan kajian yang intensif dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) baik produk maupun sistem. Sertifikat ini diserahkan oleh K.H. Dr. Ma'ruf Amin selaku ketua Dewan Syariah Nasional kepada Mr. Li Jin Yuan selaku pimpinan Tiens group yang bertempat di Auditorium Gedung Majelis Ulama Indonesia. Oleh karena itu, Tiens Indonesia resmi disahkan sebagai *Multi Level Marketing (MLM) Syariah* oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI).

Gambar 4.2

Penyerahan Sertifikat Syariah



Dengan adanya sertifikat syariah menjadi salah satu bukti bahwa Tiens sangat peduli dengan implementasi syariat Islam dalam kehidupan berbisnis di Indonesia. Sertifikat tersebut berlaku selama 5 tahun, terhitung

¹⁰⁴ UU RI Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan usaha tidak sehat

sejak 2013 hingga 2018. Pada tahun 2016 yang lalu, sebelum masa berlakunya habis Tiens Syariah telah lebih dahulu memperbarui legalitas syariah pada bisnisnya tersebut.

Gambar 4.3
Sertifikat Syariah Bisnis TIENS Syariah



Sertifikat Syariah tersebut diberikan setelah keluar rekomendasi dari DSN MUI atas pembukaan Unit Usaha Syariah Tianshi Indonesia setelah melalui evaluasi dan kajian yang intensif terhadap keseluruhan aspek bisnis dan operasional manajemen perusahaan yang bernaung di bawah nama PT. Singa Langit Jaya. Hal ini menandakan Tianshi Indonesia telah memenuhi persyaratan pembuatan Unit Usaha Syariah sebagaimana tertuang dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majlis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor: 75/DSN/ MUI/ VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS), dimana terdapat 12 poin ketentuan umum sebagai landasan dan 12 poin ketentuan hukum yang harus dipenuhi.

Adapun kesesuaian tersebut yang harus dipenuhi oleh Tiens Syariah berdasarkan pada 12 poin ketentuan fatwa tentang PLBS untuk bisa dikatakan sebagai multi level syariah adalah:

- a. Ada obyek transaksi ril yang diperjual belikan berupa barang atau produk jasa.

Dalam penelitian penulis menemukan bahwa penjualan di Tiens syariah memiliki 34 macam produk yang dipasarkan di Indonesia terdiri dari suplemen makanan kesehatan, alat-alat kesehatan, perawatan rumah tangga, perawatan pribadi, produk otomotif dan produk pertanian. Oleh karena itu penulis berkesimpulan pada poin pertama ini Tiens Syariah sudah memenuhi kriteria ada objek dalam bertransaksi berupa produk kesehatan.

- b. Barang atau produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram.

Dalam penelitian penulis menemukan bahwa transaksi perdagangan di Tiens Syariah sangat menjaga mutu dan kualitas produk serta melindungi kebutuhan konsumen terutama penduduk Indonesia dengan mayoritas muslim terbanyak. Hal itu ditandai dengan produk Tiens syariah sudah mendapatkan sertifikat halal dari MUI dengan predikat A (sangat baik) setelah dilakukan beberapa rangkaian uji produk Tiens oleh MUI. Sistem perdagangan di Tiens sendiri selain bertujuan untuk memberi kesehatan tetapi juga bertujuan dengan menawarkan kesejahteraan kepada para distributornya. Dengan ini menurut penulis Tiens akan memberikan kontribusi yang baik pada Negara dengan bisa mengurangi tingkat pengangguran.

- c. Transaksi dalam perdagangan tersebut tidak mengandung unsur garar, maysir, riba, dharar, zulm, maksiat.

Sistem perdagangan atau transaksi jual beli di Tiens Syariah tidak melakukan adanya spekulatif penjualannya karena produk-produk Tiens sangat melindungi kebutuhan konsumen dengan transparan semua produknya jelas ukuran dan takarannya begitu pula dalam pembagian bonusnya semua sangat transparan. Sedangkan dalam bentuk riba penjualan di Tiens tidak melakukan praktek riba dengan merugikan para konsumen. Karena sistem jual beli di Tiens harga sudah tertera pada katalog produknya dan bonus atau komis

sangat transparan melalui aplikasi *V-Share* semua perolehan dari mana diperoleh dan berapa jumlah bonusnya sudah tertera aplikasi *V-Share* melalui kesepakatan perjanjian antara perusahaan dan distributor, jadi menurut penulis pada poin ini sudah memenuhi karena sudah melakukan praktek jual beli tidak yang merugikan distributor maupun konsumen sesuai inti dari firman Allah dalam QS:al-Baqarah:275, Allah berfirman :

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۗ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ
قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ
فَاتْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”.

Produk dari Tiens sendiri bukan merupakan sesuatu yang membahayakan akan tetapi produk Tiens berupa suplemen kesehatan untuk menyehatkan umat manusia. Dalam penjualannya dan system jaringannya Tiens juga tidak memberikan denda pada para distributor jika tidak melakukan penjualan produk ataupun tidak merekrut mitra baru. Hal tersebut sebagaimana sabda nabi tidak boleh membahayakan diri sendiri dan orang lain, Rasulullah SAW bersabda: “Tidak boleh membahayakan diri sendiri maupun orang lain” (HR.Ibnu Majah dan Daruqutni).

- d. Tidak ada harga atau biaya yang berlebihan (*excessive markup*), sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas atau manfaat yang diperoleh.

Dalam penjualan produk Tiens harga berbanding lurus dengan kualitas sehingga tidak terjadi biaya yang berlebihan terhadap produk. Sejauh penelitian penulis menemukan bahwa produk Tiens sangat membantu para konsumen untuk menyembuhkan penyakit yang dideritanya.

- e. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan pada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PLBS.

Penulis menemukan bahwa komisi atau bonus utama di perusahaan Tiens Syariah terbagi menjadi tujuh bagian, dari hasil analisis penulis setelah melakukan kajian terhadap pembagian bonus penulis menemukan bonus di Tiens Syariah akan diperoleh jika seorang distributor melakukan kegiatan penjualan produk, melakukan bimbingan dan mensponsori mitra baru. Seorang distributor tidak akan mendapatkan bonus atau komisi jika hanya mendaftar lalu tidak bekerja. Akan tetapi besaran bonus yang diperoleh seorang distributor tergantung hasil usaha dari para distributor itu sendiri jika usaha penjualannya cuma sedikit maka bonus yang diperolehpun sesuai dengan usaha penjualannya.

- f. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan.

Dalam penelitian penulis menemukan bahwa Tiens Syariah memiliki sebuah aplikasi pengontrolan bonus para distributor (*V-Share*). Semua bentuk bonus dari mana perolehan dan besarnya

tertera secara real time pada *V-Share* tersebut sesuai dengan ketentuan perusahaan melalui marketing plan , sehingga menurut penulis perusahaan Tiens Syariah memberikan kejelasan atau sangat transparan terhadap pembagian bonus yang sudah ditetapkan oleh perusahaan.

- g. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.

Dari hasil penelitian penulis semua bonus yang diperoleh para distributor Tiens tidak ada yang bersifat pasif akan tetapi semua bentuk bonus atau komisi diperoleh dari hasil usaha para distributor dengan melalui cara penjualan, mensponsori dan pembimbingan pada distributor. Untuk pelatihan dan bimbingan Tiens Syariah memiliki sebuah support system (onevision).

- h. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra'*.

Dalam penelitian penulis menemukan bahwa dalam pemberian bonus oleh perusahaan Tiens Syariah masih mengandung unsur iming-iming terhadap para distributornya akan tetapi tidak bersifat iming-iming berlebihan atau *ighra'*, karena imingan bonus tersebut bersifat ril atau nyata jika para distributor memenuhi kualifikasi atau sesuai dengan target penjualan, bukan merupakan imingan yang semu. Menurut penulis sebuah perusahaan boleh saja menjanjikan bonus kepada para karyawan untuk bisa bekerja lebih keras dan tidak bersantai-santai akan tetapi janji bonus tersebut harus bersifat ril atau nyata.

- i. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya.

Dari hasil penelitian penulis, penulis menemukan bahwa pembagian bonus di Tiens Syariah tidak berdasarkan waktu bergabung sehingga tidak ada yang di eksploitasi atau terzalimi akan

tetapi berdasarkan usaha distributor dalam menjual produk atau mensponsori.

- j. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat dan lain-lain.

Perusahaan multi level marketing Tiens Syariah seringkali mengadakan berbagai acara perusahaan, mulai dari pertemuan berupa presentasi peluang usaha, pemberian penghargaan, pelatihan dan pembinaan distributor, ulang tahun, dan lain-lain. Dari hasil penelitian penulis setelah beberapakali mengikuti kegiatan tersebut penulis tidak menemukan adanya unsur yang bertentangan dengan aqidah maupun syariah.

- k. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya tersebut.

Dari hasil penelitian penulis seorang mitra bisnis atau distributor baru maupun lama selalu diadakan kegiatan bimbingan oleh *up line* mereka baik berupa pelatihan atau bimbingan individual atau bimbingan grup yang diadakan hampir setiap minggu. Selain bimbingan dari upline atau yang mensponsori Tiens Syariah sendiri memiliki sebuah support system yang mendukung perkembangan para distributor.

- l. Tidak melakukan kegiatan *Money Game (MG)*.

Dalam penelitian penulis terhadap marketing plan Tiens Syariah peneliti tidak menemukan ada unsur *Money Game (MG)* dalam system jaringan Tiens karena tidak menggunakan system piramida. Yang mana dalam system piramida seorang anggota bisa membeli kavling usaha lebih dari sekali sehingga akan terbentuk skema piramida, sedangkan yang terjadi di Tiens Syariah untuk mendaftar cuma sekali dan tidak ada kavlingan usaha serta memiliki

objek dalam bertransaksi sistem jaringan di Tiens Syariah memakai Sistem hybrid.

Gambar 4.4

Sertifikat Halal Grade A Produk TIENS Syariah



Gambar 4.5

Sertifikat Award PT. TIENS GROUP



3. Produk TIENS Syariah di Indonesia

Tiens Syariah Indonesia telah berkomitmen pada konsumen untuk memberikan produk dan pelayanan yang baik, kepercayaan yang tinggi, menyatukan esensi alami dengan teknologi tinggi serta memenuhi kebutuhan konsumen yang sangat beragam. Untuk memastikan kualitas

tersebut produk-produk Tiens telah mendapatkan sertifikasi sistem manajemen keamanan pangan HACCP dan sertifikasi halal.

Produk-produk Tiens syariah yang dipasarkan di Indonesia berupa suplemen kesehatan, alat-alat kesehatan, peralatan rumah tangga, perawatan pribadi, produk otomotif, dan produk pertanian. Adapun produk-produk tersebut adalah sebagai berikut:

a. Suplemen Kesehatan

1) Seri Pembersih

Suplemen kesehatan seri pembersih, yaitu suplemen yang berfungsi sebagai pembersih racun dari dalam tubuh. Adapun produk-produk yang termasuk dalam seri ini adalah *Jiang Zhi Tea, Renuves, Vitaline, Chitin Chitosan, Double Cellulose, Grape Extract, dan Nonitrend.*

2) Seri Penguat

Suplemen kesehatan seri penguat, yaitu suplemen yang berfungsi untuk memperkuat tubuh dengan nutrisi yang menyeluruh. Adapun produk-produk yang termasuk dalam seri penguat adalah *Nutrient calcium powder, Shutang calcium powder, Calcium powder children, Zinc, Calcium chewable, dan Diacont.*

3) Seri Penyeimbang

Suplemen kesehatan seri penyeimbang, yaitu suplemen yang mampu menutrisi dan mengatur optimalisasi fungsi organ tubuh. Adapun produk-produk yang termasuk dalam seri penyeimbang ialah *Spirullina, Muncord, dan Glucosamin.*

b. Perawatan Pribadi

Produk-produk perawatan pribadi yang dipasarkan oleh Tiens syariah meliputi:

- 1) *Revitalize Ginger Strengthening Shampoo*
- 2) *Spakare Mint Body Wash*
- 3) *Herbal Toothpaste*
- 4) *Airiz Panty Liner*
- 5) *Airiz Sanitary Napkin*

c. **Alat Kesehatan**

Produk-produk alat kesehatan yang dipasarkan Tiens syariah adalah sebagai berikut:

- 1) *Tiens Health Mattress*
- 2) *Tiens Acu-Life Electro Acupuncture*
- 3) *Tiens Life-Efelctro Acupuncture*
- 4) *Fruit And Vegetable Cleaner*
- 5) *Tiens Aura Energi Stone*
- 6) *Multifunctional Head Care Apparatus*
- 7) *Tiens Acupoints Treasure Multifunction Apparatus*
- 8) *Ti Bracelet Crystal Black*
- 9) *Ti Bracelet Glaring Golden*

d. **Perawatan Rumah Tangga**

Produk-produk perawatan rumah tangga yang dipasarkan Tiens syariah adalah sebagai berikut:

- 1) *Dicho multifunctional cleanser*
- 2) *Dicho fruit and vegetable/ dish detergent*
- 3) *Tiens ultrafiltration water purifier*

e. **Produk Pertanian dan Otomotif**

Produk pertanian yang dipasarkan Tiens syariah adalah *Fengshou pupuk*, yaitu sebuah pupuk hayati cair yang mengandung mikroba penghasil hormon pertumbuhan tanaman.

Produk otomotif yang dipasarkan Tiens syariah adalah *high performance motorcycle oil*.

4. Implementasi Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) TIENS Syariah

Objek jual yang diproduksi dan dipasarkan oleh perusahaan Tiens Syariah adalah produk-produk kesehatan herbal, suplemen kalsium, dll. Pada tahun 2013 Tiens atau Tianshi Group telah mendapatkan sertifikat Syariah. Hal ini menandakan bahwa produk Tiens Syariah termasuk dalam produk yang berstatus halal. Adapun akad yang digunakan di bisnis multi level marketing Tiens Syariah mengaplikasikan empat bentuk akad, yaitu akad *al-bai'' wal murabahah*, akad *wakalah bil ujah*, akad *ju''alah*, dan akad *ijarah*.

Adapun implementasi bisnis MLM di Tiens Syariah, dapat diuraikan sebagai berikut; mula-mula para pengundang bisnis akan mempresentasikan kepada calon member baru tentang produk, prosedur dan mekanisme mengikuti bisnis MLM di perusahaan Tiens tersebut. Dengan menawarkan dua pilihan; *Pertama* hanya menjadi distributor dan tidak mengikuti bisnisnya, dengan syarat pendaftaran membayar uang administrasi sebesar Rp. 99.000,- dan mendapatkan kartu sebagai bukti menjadi distributor. *Kedua*; menjadi distributor dan mengikuti bisnisnya, dengan syarat pendaftaran membayar uang administrasi sebesar Rp. 99.000,- dan menentukan empat pilihan paket sebagai langkah pertama untuk mengikuti bisnis MLM tersebut, paket tersebut yaitu: paket Bronze, Silver, Gold, dan Platinum, dengan biaya yang berbeda-beda, paket Bronze adalah paket yang paling rendah dengan besaran biaya Rp. 1.700.000,-, paket Silver Rp. 3.800.000,-, sedangkan paket Gold Rp. 6.500.000,- dan paket Platinum adalah jenis paket yang paling tinggi dengan besaran biaya Rp. 12.500.000,-. Calon mitra usaha baru atau biasa dikenal dengan istilah *down-line* diharapkan memilih salah satu dari empat paket tersebut dan membayarnya sebagai syarat menjadi distributor dan mengikuti bisnis tersebut. Bagi *down-line* yang baru bergabung dan sudah membayar paket yang ditentukan, maka dia akan mendapatkan beberapa

jenis produk kesehatan herbal yang diinginkan sebanyak harga paket yang dipilih, artinya dengan memilih salah satu paket yang ditentukan dan membayarnya, sama saja dengan membeli produk kesehatan herbal pada perusahaan MLM tersebut. Paket-paket tersebut adalah sebagai investasi para distributor. Adapun produk-produk yang sudah dibeli menjadi hak milik mutlak bagi *down-line* baru tersebut, boleh dikonsumsi sendiri atau menjualnya kembali. Jika mitra usaha baru tersebut telah mendaftar (mengisi formulir) dan membayar biaya paket yang ditentukannya, maka dia resmi menjadi distributor dan menjadi bagian dari group bisnis di perusahaan tersebut, dan sebagai distributor atau member (anggota) yang baru bergabung ditugaskan untuk mencari jaringan atau member baru dan mengembangkan group bisnis nya, karena *ujrah* di MLM ini salah satunya dari hasil perekrutan anggota baru. Ketika mitra usaha baru memilih paket yang paling rendah, maka untuk mendapat keuntungan yang besar, dia harus meningkatkan paket sampai paket yang tertinggi, bukan berarti di paket yang paling rendah tidak bisa melakukan penjualan, akan tetapi hasil dari penjualan tersebut relatif kecil, beda ketika dia berada di paket tertinggi. Langkah-langkah untuk meningkatkan level paket yaitu dengan melakukan pembelian dengan besaran biaya di masing-masing paket tersebut, seperti dua kali melakukan pembelian di paket bronze maka secara otomatis akan naik ke paket silver, atau melakukan dua kali pembelian di paket silver maka secara otomatis akan naik ke paket gold.

Menurut Andrias Harefa, “dalam bukunya menyatakan bahwa inti dari bisnis *Multi Level Marketing* adalah *Meet, Lear, and Multiply*. Dalam bahasa Indonesia berarti bertemu, belajar, dan berlipat ganda.”¹⁰⁵ Begitupun pada MLM Tiens Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Blitar memiliki kegiatan rutin yang selalu dilaksanakan setiap hari minggu pagi dari pukul 10.00 sampai pukul 15.00 WIB. Kegiatan rutin tersebut

¹⁰⁵ Harefa, *Multi Level Marketing*, hal. 4

sebagai pertemuan antara para *up-line*, *down-line*, dan calon member baru untuk sama-sama saling belajar tentang mekanisme pengembangan bisnis MLM Tiens Syariah. Sebelum pertemuan itu dilaksanakan, para distributor mencari calon *down-line* baru dan mengundangnya ke pertemuan tersebut.

Pertemuan ini berorientasi untuk memberikan informasi kepada masyarakat tentang produk kesehatan di Tiens Syariah dan mekanisme bisnis atau yang biasa disebut dengan istilah Kesehatan dan Kesejahteraan juga untuk mengevaluasi para distributor yang fokus menjalankan bisnis tersebut. Setelah calon mitra usaha baru tersebut mendaftar dengan memilih salah satu paket dari empat paket tersebut, maka dia resmi menjadi distributor dan bagian dari anggota group bisnis MLM di Tiens Syariah. Adapun penghasilan dari bisnis ini diperoleh dari hasil penjualan produk, perekrutan mitra usaha baru, dan reward-reward lainnya ketika distributor mampu mencapai target yang ditentukan oleh perusahaan. Adapun pencairannya dilaksanakan setiap akhir satu bulan sekali melalui rekening masing-masing distributor.

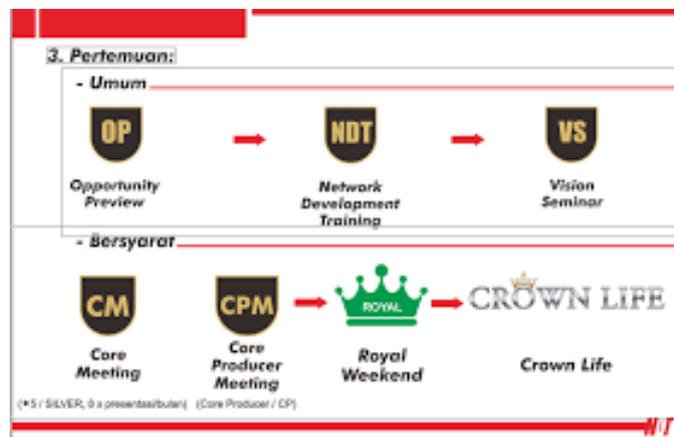
5. *Support System*

Dalam mendukung operasional bisnisnya, Tiens Syariah telah mendirikan sebuah *support system* atau strategi yang merupakan bagian terpenting dalam sebuah bisnis *Multi Level Marketing* (MLM). *Support system* ini merupakan gagasan-gagasan yang lahir dari para leader Tiens Syariah terdahulu. Tujuan dari adanya *support system* ialah untuk memberikan edukasi dan pelatihan dasar bisnis guna menciptakan distributor yang unggul dalam berbisnis.

Edukasi yang diberikan oleh *One vision* dibagi menjadi beberapa tingkatan sesuai dengan level masing-masing distributor. Materi edukasi ini telah melalui serangkaian riset dan analisa pasar, sehingga bersifat aplikatif dan tepat sasaran. Dengan adanya materi edukasi yang baik, diharapkan dapat melahirkan banyak distributor handal.

Edukasi tersebut diselenggarakan dalam beberapa acara seperti, OP (*Opportunity Preview*), GOP (*Grand Opportunity Preview*), NDT (*Network Development Training*), VS (*Vision Seminar*), CM (*Core Meeting*), CPM (*Core Producer Meeting*) dan *Royal weekend*. Pada umumnya seluruh kegiatan tersebut berupa pelatihan mengenai pengenalan bisnis, pendalaman pemahaman produk, pelatihan *public speaking*, dan pengembangan strategi bisnis.

Gambar 4.6
Parameter Bisnis One Vision



Selain pertemuan, terdapat beberapa poin penting dalam strategi *Onevision*, yaitu:

- a. Tujuh langkah sukses *Onevision*
 - 1) Impian dan sikap,
 - 2) Memakai produk,
 - 3) Daftar nama,
 - 4) Janji bertemu,
 - 5) Presentasi,
 - 6) *Follow up*, dan
 - 7) Alat bantu
- b. Tiga Prinsip Dasar
 - 1) Edukasi,
 - 2) Konsultasi,
 - 3) *No Crosslining*

- c. Parameter Bisnis One Vision
 - 1) Peringkat PBO
 - 2) Net P
- d. Tujuh Kebiasaan *Core Produser*
 - 1) Melakukan presentasi minimal 15 kali dalam sebulan
 - 2) Selalu membuat target atau merencanakan kegiatan di setiap awal bulan
 - 3) Mengadakan rapat koordinasi grup dengan tujuan membantu menyusun target bulanan, membaca, dan mendengarkan *starter pack*
 - 4) Membantu grup mencapai targetnya
 - 5) Menjadi *Good Team Player* yang baik dalam setiap acara
 - 6) Melayani pelanggan dalam setiap bulannya.

Poin-poin penting dalam *support system* tersebut kemudian dijadikan sebagai panduan berbisnis bagi para distributor Tiens Syariah.

B. Penyajian Data

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan salah satu variabel yang diperhitungkan dalam suatu penelitian. Hal ini diperlukan dalam menjelaskan jawaban-jawaban pada kuesioner yang diberikan kepada responden. Adapun karakteristik responden dalam hal ini meliputi jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir dan juga pekerjaan.

Karakteristik responden yang diperoleh peneliti adalah sebagai berikut:

a. Jenis kelamin

Responden berdasarkan jenis kelamin dideskripsikan untuk membedakan sifat antara laki-laki dan perempuan dalam aktivitas bisnis *Multi Level Marketing* (MLM). Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	46	32,9 %
2	Perempuan	94	67,1 %
	Total	140	100%

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, aktivitas bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah lebih banyak diminati oleh perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah pada Distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar lebih condong diminati oleh perempuan karena ketersediaan waktu yang lebih banyak dibandingkan dengan laki-laki yang biasanya sibuk bekerja.

b. Umur

Responden berdasarkan umur dideskripsikan untuk melihat cara pandang seseorang dalam berbisnis *Multi Level Marketing* Syariah. Karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel. 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	<20 tahun	71	50,8%
2	21 – 30 tahun	59	42,2%
3	31 – 40 tahun	7	4%
4	41 – 50 tahun	3	2%
	Total	140	100%

Berdasarkan tabel 4.2. diatas, dapat dilihat bahwa distributor TIENS Syariah Cabang Tulungagung dan Cabang Blitar tertinggi

berada di rentang usia < 20 tahun. Hal ini disebabkan karena di usia tergolong muda, memudahkan para member untuk berinovasi dan meningkatkan kualitas jaringan di dalam menjual produk ke setiap konsumen.

2. Deskripsi Data Penelitian

Kuesioner yang telah disebar oleh peneliti kepada responden yang terdiri dari 40 item pertanyaan dan dibagi dalam 4 kategori, yaitu sebagai berikut:

- Delapan pertanyaan digunakan untuk mengukur pengaruh *marketing plan* (X_1).
- Empat belas pertanyaan digunakan untuk mengukur pengaruh *brand equity* (X_2).
- Sepuluh pertanyaan digunakan untuk mengukur pengaruh kepuasan distributor (X_3).
- Delapan pertanyaan digunakan untuk mengukur pengaruh aktivitas bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) syariah (Y).

Hasil dari jawaban yang peneliti peroleh dari responden adalah sebagai berikut:

- Penyajian Data Tentang *Marketing Plan* (Variabel X_1)

Tabel. 4.3

Penyajian Data *Marketing Plan* (Variabel X_1)

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		CS		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.P1	78	56,10%	48	34,50%	14	10,10%	0	0%	0	0%
X1.P2	45	32,10%	58	41,40%	37	27,90%	0	0%	0	0%
X1.P3	65	46,40%	60	42,90%	15	12,10%	0	0%	0	0%
X1.P4	53	37,90%	66	47,10%	21	16,40%	0	0%	0	0%
X1.P5	51	36,40%	52	37,10%	37	27,90%	0	0%	0	0%
X1.P6	54	38,60%	55	39,30%	31	23,50%	0	0%	0	0%
X1.P7	74	52,90%	48	34,30%	18	13,50%	0	0%	0	0%

X1.P8	46	32,90%	61	43,60%	33	25,70%	0	0%	0	0%
-------	----	--------	----	--------	----	--------	---	----	---	----

Berdasarkan tabel 4.3, dapat diketahui variabel *marketing plan* (X1), pada item (X1.P1) yaitu “bisnis yang dijalankan secara MLM (TIENS Syariah) memiliki sistem yang jelas” Sebanyak 78 responden dengan presentase 56,10% menyatakan sangat setuju, sebanyak 48 responden dengan presentase 34,50% menyatakan setuju, dan sebanyak 14 responden dengan presentase 10,10% menyatakan cukup setuju. Maka, dapat diketahui bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar sangat setuju memiliki sistem yang jelas.

Item (X1.P2) yaitu “bisnis TIENS Syariah mudah dijalankan dan memerlukan biaya yang rendah” sebanyak 45 responden dengan presentase 32,10% menyatakan sangat setuju, sebanyak 58 responden dengan presentase 41,40% menyatakan setuju, dan sebanyak 37 responden dengan presentase 27,90% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar setuju jika bisnis TIENS Syariah mudah dijalankan dan memerlukan biaya yang rendah.

Item (X1.P3) yaitu “sistem bagi hasil yang dilakukan perusahaan TIENS Syariah pada umumnya merata” sebanyak 65 responden dengan presentase 46,40% menyatakan sangat setuju, sebanyak 60 responden dengan presentase 42,90% menyatakan setuju, dan sebanyak 15 responden dengan presentase 12,10% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar sangat setuju jika sistem bagi hasil yang dilakukan perusahaan TIENS Syariah pada umumnya merata.

Item (X1.P4) yaitu “pemasar TIENS Syariah memiliki kredibilitas yang tinggi” sebanyak 53 responden dengan presentase 37,90% menyatakan sangat setuju, sebanyak 66 responden dengan

presentase 47,10% menyatakan setuju, dan sebanyak 21 responden dengan presentase 16,40% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar setuju jika pemasar TIENS Syariah memiliki kredibilitas yang tinggi.

Item (X1.P5) yaitu “sebagian besar orang yang menjalankan bisnis TIENS Syariah sukses” sebanyak 51 responden dengan presentase 36,40% menyatakan sangat setuju, sebanyak 52 responden dengan presentase 37,10% menyatakan setuju, dan sebanyak 37 responden dengan presentase 27,90% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar setuju jika sebagian besar orang yang menjalankan bisnis TIENS Syariah sukses.

Item (X1.P6) yaitu “sistem pemasaran secara MLM (TIENS Syariah) memberikan jaminan di masa depan” sebanyak 54 responden dengan presentase 38,60% menyatakan sangat setuju, sebanyak 55 responden dengan presentase 39,30% menyatakan setuju, dan sebanyak 31 responden dengan presentase 23,50% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar setuju jika sistem pemasaran secara MLM (TIENS Syariah) memberikan jaminan di masa depan.

Item (X1.P7) yaitu “harga produk yang dipasarkan TIENS Syariah pada umumnya sesuai dengan kualitasnya” sebanyak 74 responden dengan presentase 52,90% menyatakan sangat setuju, sebanyak 48 responden dengan presentase 34,30% menyatakan setuju, dan sebanyak 18 responden dengan presentase 13,50% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar sangat setuju jika harga produk yang dipasarkan TIENS Syariah pada umumnya sesuai dengan kualitasnya.

Item (X1.P8) yaitu “produk yang dijual dengan menggunakan sistem MLM pada umumnya memiliki kualitas yang baik” sebanyak 46 responden dengan presentase 32,90% menyatakan sangat setuju, sebanyak 61 responden dengan presentase 43,60% menyatakan setuju, dan sebanyak 33 responden dengan presentase 25,70% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar setuju jika produk yang dijual dengan menggunakan sistem MLM pada umumnya memiliki kualitas yang baik.

b. Penyajian Data Tentang *Brand Equity* (Variabel X₂)

Tabel. 4.4

Penyajian Data *Brand Equity* (Variabel X₂)

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		CS		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.P1	68	48,60%	55	39,30%	17	14,30%	0	0%	0	0%
X2.P2	47	33,60%	66	47,10%	27	20,70%	0	0%	0	0%
X2.P3	43	30,70%	70	50,00%	27	19,30%	0	0%	0	0%
X2.P4	63	45,00%	57	40,70%	20	15,70%	0	0%	0	0%
X2.P5	80	50,10%	46	32,90%	14	10,70%	0	0%	0	0%
X2.P6	80	57,10%	45	32,10%	15	12,10%	0	0%	0	0%
X2.P7	72	51,40%	55	39,30%	13	10,70%	0	0%	0	0%
X2.P8	73	52,10%	53	37,90%	14	11,40%	0	0%	0	0%
X2.P9	68	48,60%	54	38,60%	18	13,60%	0	0%	0	0%
X2.P10	59	42,10%	57	40,70%	24	17,10%	0	0%	0	0%
X2.P11	81	57,90%	47	33,60%	12	9,30%	0	0%	0	0%
X2.P12	57	40,70%	61	43,60%	22	16,40%	0	0%	0	0%
X2.P13	54	38,60%	55	39,30%	31	23,50%	0	0%	0	0%
X2.P14	53	37,90%	66	47,10%	21	16,40%	0	0%	0	0%

Berdasarkan tabel 4.4, dapat diketahui variabel *brand equity* (X₂), pada item (X2.P1) yaitu “apabila diminta untuk menyebutkan

merek suplemen makanan kesehatan TIENS Syariah adalah merek pertama kali yang muncul dalam benak saya”. Sebanyak 68 responden dengan presentase 48,60% menyatakan sangat setuju, sebanyak 55 responden dengan presentase 39,30% menyatakan setuju, dan sebanyak 17 responden dengan presentase 14,30% menyatakan cukup setuju. Maka, dapat diketahui bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar sangat setuju apabila diminta untuk menyebutkan merek suplemen makanan kesehatan TIENS Syariah adalah merek pertama kali yang muncul dalam benak mereka.

Item (X2.P2) yaitu “merek TIENS Syariah lebih familiar dari merek-merek lain” sebanyak 47 responden dengan presentase 33,60% menyatakan sangat setuju, sebanyak 66 responden dengan presentase 47,10% menyatakan setuju, dan sebanyak 27 responden dengan presentase 20,70% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar setuju jika merek TIENS Syariah lebih familiar dari merek-merek lain.

Item (X2.P3) yaitu “saya mengingat salah satu *headline* merek TIENS Syariah di *marketplace*, di medsos, dan di website seperti (peninggi badan terbaik di dunia, kalsium terbaik di dunia, dan masker spirulina terbaik di dunia)” sebanyak 43 responden dengan presentase 30,70% menyatakan sangat setuju, sebanyak 70 responden dengan presentase 50,00% menyatakan setuju, dan sebanyak 27 responden dengan presentase 19,30% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar setuju jika pernah mengingat salah satu *headline* merek TIENS Syariah di *marketplace*, di medsos, dan di website seperti (peninggi badan terbaik di dunia, kalsium terbaik di dunia, dan masker spirulina terbaik di dunia).

Item (X2.P4) yaitu “TIENS Syariah menjadi alternatif pilihan saat memilih produk herbal dibandingkan dengan produk lain” sebanyak 63 responden dengan presentase 45,00% menyatakan sangat setuju, sebanyak 57 responden dengan presentase 40,70% menyatakan setuju, dan sebanyak 20 responden dengan presentase 15,70% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar sangat setuju jika TIENS Syariah menjadi alternatif pilihan saat memilih produk herbal dibandingkan dengan produk lain.

Item (X2.P5) yaitu “suplemen makanan kesehatan TIENS Syariah adalah suplemen makanan yang berkualitas” sebanyak 80 responden dengan presentase 50,10% menyatakan sangat setuju, sebanyak 46 responden dengan presentase 32,90% menyatakan setuju, dan sebanyak 14 responden dengan presentase 10,70% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar setuju jika suplemen makanan kesehatan TIENS Syariah adalah suplemen makanan yang berkualitas.

Item (X2.P6) yaitu “bahan dasar yang digunakan suplemen makanan kesehatan TIENS Syariah alami dan diolah dengan bioteknologi modern” sebanyak 80 responden dengan presentase 57,10% menyatakan sangat setuju, sebanyak 45 responden dengan presentase 32,10% menyatakan setuju, dan sebanyak 15 responden dengan presentase 12,10% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar sangat setuju jika bahan dasar yang digunakan suplemen makanan kesehatan TIENS Syariah alami dan diolah dengan bioteknologi modern.

Item (X2.P7) yaitu “variasi produk (seri penguat, seri penyeimbang, dan seri detoksifikasi) sangat cocok untuk berbagai kalangan” sebanyak 72 responden dengan presentase 51,40%

menyatakan sangat setuju, sebanyak 55 responden dengan presentase 39,30% menyatakan setuju, dan sebanyak 13 responden dengan presentase 10,70% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar sangat setuju jika variasi produk (seri penguat, seri penyeimbang, dan seri detoksifikasi) sangat cocok untuk berbagai kalangan.

Item (X2.P8) yaitu “suplemen makanan kesehatan TIENS Syariah memiliki banyak pilihan produk sesuai kebutuhan” sebanyak 73 responden dengan presentase 52,10% menyatakan sangat setuju, sebanyak 53 responden dengan presentase 37,90% menyatakan setuju, dan sebanyak 14 responden dengan presentase 11,40% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar setuju jika suplemen makanan kesehatan TIENS Syariah memiliki banyak pilihan produk sesuai kebutuhan.

Item (X2.P9) yaitu “suplemen makanan kesehatan TIENS Syariah adalah suplemen makanan kesehatan dengan inovasi produk yang tinggi” sebanyak 68 responden dengan presentase 48,60% menyatakan sangat setuju, sebanyak 54 responden dengan presentase 38,60% menyatakan setuju, dan sebanyak 18 responden dengan presentase 13,60% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar sangat setuju jika suplemen makanan kesehatan TIENS Syariah adalah suplemen makanan kesehatan dengan inovasi produk yang tinggi.

Item (X2.P10) yaitu “suplemen makanan kesehatan TIENS Syariah adalah suplemen makanan kesehatan yang terkenal mereknya dan mempunyai harga jual yang cocok sesuai dengan manfaat produk” sebanyak 59 responden dengan presentase 42,10% menyatakan sangat setuju, sebanyak 57 responden dengan presentase 40,70% menyatakan

setuju, dan sebanyak 24 responden dengan presentase 17,10% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar sangat setuju jika suplemen makanan kesehatan TIENS Syariah adalah suplemen makanan kesehatan yang terkenal mereknya dan mempunyai harga jual yang cocok sesuai dengan manfaat produk.

Item (X2.P11) yaitu “suplemen makanan kesehatan TIENS Syariah adalah suplemen makanan kesehatan yang diproduksi oleh perusahaan yang kredibilitasnya tinggi (terpercaya)” sebanyak 81 responden dengan presentase 57,90% menyatakan sangat setuju, sebanyak 47 responden dengan presentase 33,60% menyatakan setuju, dan sebanyak 12 responden dengan presentase 9,30% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar sangat setuju jika suplemen makanan kesehatan TIENS Syariah adalah suplemen makanan kesehatan yang diproduksi oleh perusahaan yang kredibilitasnya tinggi (terpercaya).

Item (X2.P12) yaitu “suplemen makanan kesehatan TIENS Syariah adalah suplemen makanan kesehatan yang mudah dikenal dan mudah ditemui” sebanyak 57 responden dengan presentase 40,70% menyatakan sangat setuju, sebanyak 61 responden dengan presentase 43,60% menyatakan setuju, dan sebanyak 22 responden dengan presentase 16,40% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar setuju jika suplemen makanan kesehatan TIENS Syariah adalah suplemen makanan kesehatan yang mudah dikenal dan mudah ditemui.

Item (X2.P13) yaitu “saya akan merekomendasikan kepada orang lain/ keluarga saya untuk membeli/ mengkonsumsi produk TIENS Syariah” sebanyak 54 responden dengan presentase 38,60% menyatakan sangat setuju, sebanyak 55 responden dengan presentase

39,30% menyatakan setuju, dan sebanyak 31 responden dengan presentase 23,50% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar setuju jika akan merekomendasikan kepada orang lain/ keluarga saya untuk membeli/ mengkonsumsi produk TIENS Syariah.

Item (X2.P14) yaitu “saya tidak akan beralih ke produk lain selain produk TIENS Syariah” sebanyak 53 responden dengan presentase 37,90% menyatakan sangat setuju, sebanyak 66 responden dengan presentase 47,10% menyatakan setuju, dan sebanyak 21 responden dengan presentase 16,40% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar Syariah setuju jika tidak akan beralih ke produk lain selain produk TIENS Syariah.

c. Penyajian Data Tentang Kepuasan Distributor (Variabel X₃)

Tabel. 4.5

Penyajian Data Kepuasan Distributor (Variabel X₃)

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		CS		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X3.P1	75	53,60%	48	34,30%	17	12,10%	0	0%	0	0%
X3.P2	62	44,30%	56	40,00%	22	17,10%	0	0%	0	0%
X3.P3	45	32,40%	56	40,30%	39	28,80%	0	0%	0	0%
X3.P4	45	32,40%	67	48,20%	28	20,10%	0	0%	0	0%
X3.P5	70	50,40%	53	38,10%	17	12,20%	0	0%	0	0%
X3.P6	66	47,50%	54	38,80%	20	16,50%	0	0%	0	0%
X3.P7	50	36,00%	61	43,90%	29	20,10%	0	0%	0	0%
X3.P8	73	52,50%	48	34,50%	19	13,60%	0	0%	0	0%
X3.P9	46	33,30%	65	47,10%	29	19,50%	0	0%	0	0%
X3.P10	72	51,80%	51	36,70%	17	11,50%	0	0%	0	0%

Berdasarkan tabel 4.5, dapat diketahui variabel kepuasan distributor (X3), pada item (X3.P1) yaitu “saya merasa puas dengan kualitas produk yang ditawarkan karena saya sudah mengkonsumsinya”. Sebanyak 75 responden dengan presentase 53,60% menyatakan sangat setuju, sebanyak 48 responden dengan presentase 34,30% menyatakan setuju, dan sebanyak 17 responden dengan presentase 12,10% menyatakan cukup setuju. Maka, dapat diketahui bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar sangat setuju merasa puas dengan kualitas produk yang ditawarkan karena sudah mengkonsumsinya.

Item (X3.P2) yaitu “saya tidak perlu menyediakan tempat, stok barang, dan menggaji karyawan dalam berbisnis di TIENS Syariah ini” sebanyak 62 responden dengan presentase 44,30% menyatakan sangat setuju, sebanyak 56 responden dengan presentase 40,00% menyatakan setuju, dan sebanyak 22 responden dengan presentase 17,20% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar sangat setuju jika tidak perlu menyediakan tempat, stok barang, dan menggaji karyawan dalam berbisnis di TIENS Syariah.

Item (X3.P3) yaitu “saya memperoleh penghasilan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup dari berbisnis jaringan di TIENS Syariah ini” sebanyak 45 responden dengan presentase 32,40% menyatakan sangat setuju, sebanyak 56 responden dengan presentase 40,30% menyatakan setuju, dan sebanyak 39 responden dengan presentase 28,80% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar setuju jika memperoleh penghasilan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup dari berbisnis jaringan di TIENS Syariah.

Item (X3.P4) yaitu “semua pembayaran (paket join member, paket pembelian produk/membership, reward maupun bonus

bulanan dilakukan secara tunai/ tidak ada sistem DP” sebanyak 45 responden dengan presentase 32,40% menyatakan sangat setuju, sebanyak 67 responden dengan presentase 48,20% menyatakan setuju, dan sebanyak 28 responden dengan presentase 20,10% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar setuju semua pembayaran (paket join member, paket pembelanjaan produk/membership, reward maupun bonus bulanan dilakukan secara tunai/ tidak ada sistem DP.

Item (X3.P5) yaitu “keluarga saya dapat mengambil alih jaringan bisnis saya ketika saya meninggal dunia” sebanyak 70 responden dengan presentase 50,40% menyatakan sangat setuju, sebanyak 53 responden dengan presentase 38,10% menyatakan setuju, dan sebanyak 17 responden dengan presentase 12,20% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar sangat setuju jika keluarga dapat mengambil alih jaringan bisnis ketika distributor terdaftar telah meninggal dunia.

Item (X3.P6) yaitu “rekan kerja yang lain/mentor dapat membantu saya dalam mempresentasikan sistem pemasaran perusahaan kepada anggota di jaringan saya” sebanyak 66 responden dengan presentase 47,50% menyatakan sangat setuju, sebanyak 54 responden dengan presentase 38,80% menyatakan setuju, dan sebanyak 20 responden dengan presentase 16,50% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar sangat setuju jika rekan kerja yang lain/mentor dapat membantu dalam mempresentasikan sistem pemasaran perusahaan kepada anggota di jaringan.

Item (X3.P7) yaitu “TIENS Syariah memberlakukan sistem tutup poin setiap bulan” sebanyak 50 responden dengan presentase

36,00% menyatakan sangat setuju, sebanyak 61 responden dengan presentase 43,90% menyatakan setuju, dan sebanyak 29 responden dengan presentase 20,10% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar setuju TIENS Syariah memberlakukan sistem tutup poin setiap bulan.

Item (X3.P8) yaitu “saya dilatih menjadi distributor yang sukses dan menjadi pembicara handal” sebanyak 73 responden dengan presentase 52,50% menyatakan sangat setuju, sebanyak 48 responden dengan presentase 34,50% menyatakan setuju, dan sebanyak 19 responden dengan presentase 13,60% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar sangat setuju jika dilatih menjadi distributor yang sukses dan menjadi pembicara handal.

Item (X3.P9) yaitu “saya dapat menggandakan jam kerja, disaat rekan kerja di jaringan saya berkembang” sebanyak 46 responden dengan presentase 33,30% menyatakan sangat setuju, sebanyak 65 responden dengan presentase 47,10% menyatakan setuju, dan sebanyak 29 responden dengan presentase 19,50% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar setuju jika dapat menggandakan jam kerja, disaat rekan kerja di jaringan berkembang.

Item (X3.P10) yaitu “TIENS Syariah memberikan panduan lengkap, menyediakan *Training* pelatihan, buku dan seminar/pertemuan” sebanyak 72 responden dengan presentase 51,80% menyatakan sangat setuju, sebanyak 51 responden dengan presentase 36,70% menyatakan setuju, dan sebanyak 17 responden dengan presentase 11,50% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar sangat setuju jika TIENS Syariah

memberikan panduan lengkap, menyediakan *Training* pelatihan, buku dan seminar/ pertemuan.

- d. Penyajian Data Tentang Aktivitas Bisnis *Multi Level Marketing* Syariah (TIENS) (Variabel Y)

Tabel. 4.6

Penyajian Data Aktivitas Bisnis *Multi Level Marketing* Syariah (TIENS) (Variabel Y)

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		CS		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
YP1	70	50,40%	48	34,50%	22	15,10%	0	0%	0	0%
YP2	83	59,30%	41	29,30%	16	12,10%	0	0%	0	0%
YP3	77	55,00%	44	31,40%	19	14,30%	0	0%	0	0%
YP4	78	55,70%	43	30,70%	19	15,00%	0	0%	0	0%
YP5	64	45,70%	52	37,10%	24	17,10%	0	0%	0	0%
YP6	46	33,30%	53	38,40%	41	28,30%	0	0%	0	0%
YP7	56	40,60%	52	37,70%	32	22,40%	0	0%	0	0%
YP8	62	44,60%	52	37,40%	26	18,00%	0	0%	0	0%

Berdasarkan tabel 4.6, dapat diketahui variabel aktivitas bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah (Y), pada item (Y.P1) yaitu “TIENS Syariah memiliki *record* prestasi yang baik dari tahun ke tahun (selama 21 tahun di Indonesia)”. Sebanyak 70 responden dengan presentase 50,40% menyatakan sangat setuju, sebanyak 48 responden dengan presentase 34,50% menyatakan setuju, dan sebanyak 22 responden dengan presentase 15,10% menyatakan cukup setuju. Maka, dapat diketahui bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar sangat setuju TIENS Syariah memiliki *record* prestasi yang baik dari tahun ke tahun (selama 21 tahun di Indonesia).

Item (Y.P2) yaitu “TIENS Syariah sudah menjadi anggota APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia) dan mendapat izin

SIUPL (Surat Izin Penjualan Langsung)” sebanyak 83 responden dengan presentase 59,30% menyatakan sangat setuju, sebanyak 41 responden dengan presentase 29,30% menyatakan setuju, dan sebanyak 16 responden dengan presentase 12,10% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar sangat setuju jika TIENS Syariah sudah menjadi anggota APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia) dan mendapat izin SIUPL (Surat Izin Penjualan Langsung).

Item (Y.P3) yaitu “TIENS Syariah memberikan produk yang berkualitas dan berstandar” sebanyak 77 responden dengan presentase 55,00% menyatakan sangat setuju, sebanyak 44 responden dengan presentase 31,40% menyatakan setuju, dan sebanyak 19 responden dengan presentase 14,30% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar sangat setuju jika TIENS Syariah memberikan produk yang berkualitas dan berstandar.

Item (Y.P4) yaitu “saya percaya pada TIENS Syariah produk yang ditawarkan terjamin kualitasnya” sebanyak 78 responden dengan presentase 55,70% menyatakan sangat setuju, sebanyak 43 responden dengan presentase 30,70% menyatakan setuju, dan sebanyak 19 responden dengan presentase 15,00% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar sangat setuju jika TIENS Syariah menawarkan produk yang terjamin kualitasnya.

Item (Y.P5) yaitu “TIENS Syariah memberikan persentase *share profit* yang adil” sebanyak 64 responden dengan presentase 45,70% menyatakan sangat setuju, sebanyak 52 responden dengan presentase 37,10% menyatakan setuju, dan sebanyak 24 responden dengan presentase 17,10% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten

Tulungagung dan Kabupaten Blitar sangat setuju jika TIENS Syariah memberikan persentase *share profit* yang adil.

Item (Y.P6) yaitu “saya paham betul dan telah mempelajari *marketing plan* dari TIENS Syariah” sebanyak 46 responden dengan presentase 33,30% menyatakan sangat setuju, sebanyak 53 responden dengan presentase 38,40% menyatakan setuju, dan sebanyak 41 responden dengan presentase 28,30% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar setuju jika sudah paham dan mempelajari *marketing plan* dari TIENS Syariah.

Item (Y.P7) yaitu “TIENS Syariah adalah salah satu perusahaan yang menjual produk kesehatan dan kecantikan yang berkualitas” sebanyak 56 responden dengan presentase 40,60% menyatakan sangat setuju, sebanyak 52 responden dengan presentase 37,70% menyatakan setuju, dan sebanyak 32 responden dengan presentase 22,40% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar sangat setuju jika TIENS Syariah adalah salah satu perusahaan yang menjual produk kesehatan dan kecantikan yang berkualitas.

Item (Y.P8) yaitu “TIENS Syariah memiliki tim manajemen yang kuat dan kompeten dalam bidangnya” sebanyak 62 responden dengan presentase 44,60% menyatakan sangat setuju, sebanyak 52 responden dengan presentase 37,40% menyatakan setuju, dan sebanyak 26 responden dengan presentase 18,00% menyatakan cukup setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar sangat setuju jika TIENS Syariah memiliki tim manajemen yang kuat dan kompeten dalam bidangnya.

C. Analisis Data

1. Uji Validitas

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrument menggunakan *EVIEW* 7. Uji validitas merupakan analisis untuk mengukur valid atau tidaknya item pertanyaan. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$ dimana n adalah jumlah *sample*. Jika r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} maka data tersebut dikatakan valid. Dalam penelitian ini, jumlah responden adalah 140 responden. Maka, dari jumlah responden tersebut diketahui besarnya r_{tabel} adalah 0,1396 diperoleh dari $df = n-2 = 140-2 = 138$ dengan taraf kesalahan sebesar 5%. Jadi, item pertanyaan kuesioner tersebut dikatakan valid apabila nilai r_{hitung} yaitu pada *Correct Item Total Pearson Correlation* lebih besar dari 0,1396.

Hasil pengujian validitas instrument dapat diketahui pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas *Marketing Plan* (X1)

Produk	<i>Person Correlation</i>	R_{tabel} (N=140) Taraf Signifikansi 5%	Validitas
X ₁ .p ₁	,349	0,1396	Valid
X ₁ .p ₂	,230	0,1396	Valid
X ₁ .p ₃	,313	0,1396	Valid
X ₁ .p ₄	,249	0,1396	Valid
X ₁ .p ₅	,270	0,1396	Valid
X ₁ .p ₆	,150	0,1396	Valid
X ₁ .p ₇	,793	0,1396	Valid
X ₁ .p ₈	,226	0,1396	Valid

Sumber: data primer diolah dengan *Output Eviews 7*

Berdasarkan tabel 4.7 hasil uji validitas variabel *Marketing Plan* di atas diketahui bahwa item X₁.p₁ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$

(0,349>0,1396) maka indikator dinyatakan valid, item X_{1.p2} dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,230>0,1396) maka indikator dinyatakan valid, item X_{1.p3} dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,313>0,1396) maka indikator dinyatakan valid, X_{1.p4} dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,249>0,1396) maka indikator dinyatakan valid, item X_{1.p5} dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,270>0,1396) maka indikator dinyatakan valid, item X_{1.p6} dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,150>0,1396) maka indikator dinyatakan valid, item X_{1.p7} dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,793>0,1396) maka indikator dinyatakan valid, dan item X_{1.p8} dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,226>0,1396) maka indikator dinyatakan valid.

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas *Brand Equity* (X2)

Produk	<i>Person Correlation</i>	R _{tabel} (N=140) Taraf Signifikansi 5%	Validitas
X _{2.p1}	,561	0,1396	Valid
X _{2.p2}	,336	0,1396	Valid
X _{2.p3}	,162	0,1396	Valid
X _{2.p4}	,615	0,1396	Valid
X _{2.p5}	,482	0,1396	Valid
X _{2.p6}	,494	0,1396	Valid
X _{2.p7}	,275	0,1396	Valid
X _{2.p8}	,597	0,1396	Valid
X _{2.p9}	,399	0,1396	Valid
X _{2.p10}	,544	0,1396	Valid
X _{2.p11}	,360	0,1396	Valid
X _{2.p12}	,516	0,1396	Valid
X _{2.p13}	,456	0,1396	Valid
X _{2.p14}	,573	0,1396	Valid

Sumber: data primer diolah dengan *Output Eviews 7*

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji validitas variabel *Brand Equity* di atas diketahui bahwa item X_{2.p1} dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,561>0,1396) maka indikator dinyatakan valid, item X_{2.p2} dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$

(0,336>0,1396) maka indikator dinyatakan valid, item X₂.p₃ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,162>0,1396) maka indikator dinyatakan valid, X₂.p₄ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,615>0,1396) maka indikator dinyatakan valid, item X₂.p₅ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,482>0,1396) maka indikator dinyatakan valid, item X₂.p₆ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,494>0,1396) maka indikator dinyatakan valid, item X₂.p₇ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,275>0,1396) maka indikator dinyatakan valid, item X₂.p₈ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,597>0,1396) maka indikator dinyatakan valid, item X₂.p₉ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,399>0,1396) maka indikator dinyatakan valid, item X₂.p₁₀ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,544>0,1396) maka indikator dinyatakan valid, item X₂.p₁₁ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,360>0,1396) maka indikator dinyatakan valid, item X₂.p₁₂ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,516>0,1396) maka indikator dinyatakan valid, item X₂.p₁₃ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,456>0,1396) maka indikator dinyatakan valid, dan item X₂.p₁₄ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,573>0,1396) maka indikator dinyatakan valid.

Tabel 4.9

Hasil Uji Validitas Kepuasan Distributor (X3)

Produk	<i>Person Correlation</i>	R _{tabel} (N=140) Taraf Signifikansi 5%	Validitas
X ₃ .p ₁	,660	0,1396	Valid
X ₃ .p ₂	,517	0,1396	Valid
X ₃ .p ₃	,353	0,1396	Valid
X ₃ .p ₄	,491	0,1396	Valid
X ₃ .p ₅	,428	0,1396	Valid
X ₃ .p ₆	,381	0,1396	Valid
X ₃ .p ₇	,520	0,1396	Valid
X ₃ .p ₈	,430	0,1396	Valid
X ₃ .p ₉	,447	0,1396	Valid
X ₃ .p ₁₀	,645	0,1396	Valid

Sumber: data primer diolah dengan *Output Eviews 7*

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji validitas variabel Kepuasan Distributor di atas diketahui bahwa item $X_{3.p1}$ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,660 > 0,1396$) maka indikator dinyatakan valid, item $X_{3.p2}$ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,517 > 0,1396$) maka indikator dinyatakan valid, item $X_{3.p3}$ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,353 > 0,1396$) maka indikator dinyatakan valid, $X_{3.p4}$ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,491 > 0,1396$) maka indikator dinyatakan valid, item $X_{3.p5}$ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,428 > 0,1396$) maka indikator dinyatakan valid, item $X_{3.p6}$ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,381 > 0,1396$) maka indikator dinyatakan valid, item $X_{3.p7}$ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,520 > 0,1396$) maka indikator dinyatakan valid, item $X_{3.p8}$ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,430 > 0,1396$) maka indikator dinyatakan valid, item $X_{3.p9}$ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,447 > 0,1396$) maka indikator dinyatakan valid, dan item $X_{3.p10}$ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,645 > 0,1396$) maka indikator dinyatakan valid.

Tabel 4.10

Hasil Uji Validitas Aktivitas Bisnis MLM Syariah (Y)

Produk	<i>Person Correlation</i>	R_{tabel} (N=140) Taraf Signifikansi 5%	Validitas
Yp ₁	,636	0,1396	Valid
Yp ₂	,411	0,1396	Valid
Yp ₃	,394	0,1396	Valid
Yp ₄	,325	0,1396	Valid
Yp ₅	,448	0,1396	Valid
Yp ₆	,234	0,1396	Valid
Yp ₇	,412	0,1396	Valid
Yp ₈	,649	0,1396	Valid

Sumber: data primer diolah dengan *Output Eviews 7*

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji validitas variabel Aktivitas Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah di atas diketahui bahwa item Yp₁ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,636 > 0,1396$) maka indikator dinyatakan valid, item Yp₂ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,411 > 0,1396$) maka indikator

dinyatakan valid, item Yp₃ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,394>0,1396) maka indikator dinyatakan valid, Yp₄ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,325>0,1396) maka indikator dinyatakan valid, item Yp₅ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,448>0,1396) maka indikator dinyatakan valid, item Yp₆ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,234>0,1396) maka indikator dinyatakan valid, item Yp₇ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,412>0,1396) maka indikator dinyatakan valid, item Yp₈ dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,649>0,1396) maka indikator dinyatakan valid.

2. Reliabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode Alpha Cronbach`s diukur berdasarkan skala Alpha Cronbach`s 0 sampai 1. Suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai Alpha Cronbach`s > dari 0.60.

Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai Alpa Cronbach 0,00 – 0.20 berarti kurang reliabel.
- b. Nilai Alpa Cronbach 0,21 – 0.40 berarti agak reliabel.
- c. Nilai Alpa Cronbach 0,41 – 0.60 berarti cukup reliabel.
- d. Nilai Alpa Cronbach 0,61 – 0.80 berarti reliabel.
- e. Nilai Alpa Cronbach 0,81 – 1.00 berarti sangat reliabel.

Hasil pengujian validitas instrumen dapat diketahui pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.785	8

Sumber: Output Eviews 7

Berdasarkan tabel 4.11 hasil uji reabilitas X1 di atas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* untuk item pertanyaan nomor 1 sampai 8 variabel harga lebih besar dari 0,61 yaitu sebesar 0,785. Yang artinya bahwa kuesioner dalam penelitian ini adalah reliabel.

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.711	14

Sumber: Output Eviews 7

Berdasarkan tabel 4.12 hasil uji reabilitas X2 di atas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* untuk item pertanyaan nomor 1 sampai 14 variabel harga lebih besar dari 0,61 yaitu sebesar 0,711. Yang artinya bahwa kuesioner dalam penelitian ini adalah reliabel.

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas X3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.738	10

Sumber: Output Eviews 7

Berdasarkan tabel 4.13 hasil uji reabilitas X3 di atas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* untuk item pertanyaan nomor 1 sampai 10

variabel harga lebih besar dari 0,61 yaitu sebesar 0,738. Yang artinya bahwa kuesioner dalam penelitian ini adalah reliabel.

Tabel 4.14
Hasil Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.898	8

Sumber: Output Eviews 7

Berdasarkan tabel 4.14 hasil uji reabilitas Y di atas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* untuk item pertanyaan nomor 1 sampai 8 variabel harga lebih besar dari 0,61 yaitu sebesar 0,898. Yang artinya bahwa kuesioner dalam penelitian ini adalah reliabel.

3. Analisis Deskriptif

Data *Marketing Plan*, *Brand Equity*, Kepuasan Distributor, dan Aktivitas Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) yang sudah dikumpulkan selanjutnya diolah dengan statistik deskriptif dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Analisis Deskriptif

	Y	X1	X2	X3
Date: 06/07/21				
Time: 10:28				
Sample: 1 140				
Mean	33.93571	34.38571	59.15714	42.31429
Median	34.00000	34.00000	60.00000	43.00000
Maximum	40.00000	64.00000	69.00000	50.00000
Minimum	26.00000	30.00000	48.00000	32.00000
Std. Dev.	2.669332	3.199788	4.550708	3.550430
Skewness	-0.299872	5.686137	-0.456277	-0.643424
Kurtosis	3.239669	53.55975	2.616421	3.224367
Jarque-Bera	2.433275	15666.10	5.716006	9.953519
Probability	0.296225	0.000000	0.057383	0.006896
Sum	4751.000	4814.000	8282.000	5924.000
Sum Sq. Dev.	990.4214	1423.171	2878.543	1752.171
Observations	140	140	140	140

Sumber: Output Eviews 7

Berdasarkan tabel 4.15 diketahui bahwa tiap-tiap variabel terdiri dari 30 data dengan penjelasan sebagai berikut:

- a. *Marketing Plan* (X1) menunjukkan nilai minimumnya 30,00000 dan maksimumnya 64,00000 dengan standar deviasi 3,199788 sedangkan meannya atau rata-ratanya menunjukkan 34,38571 artinya dari semua sampel rata-rata *marketing plan* (X1) adalah sebesar 34,38571.
- b. *Brand Equity* (X2) menunjukkan nilai minimumnya 48,00000 dan maksimumnya 69,00000 dengan standar deviasi 4,550708 sedangkan meannya atau rata-ratanya menunjukkan 59,15714 artinya dari semua sampel rata-rata *brand equity* (X2) adalah sebesar 59,15714.
- c. Kepuasan Distributor (X3) menunjukkan nilai minimumnya 32.00000 dan maksimumnya 50.00000 dengan standar deviasi 3.550430 sedangkan meannya atau rata-ratanya menunjukkan 42.31429. Nilai ini menunjukkan rata-rata kepuasan distributor (X3) ekonomi di Indonesia adalah 42.31429.
- d. Aktivitas Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah menunjukkan nilai minimumnya 26.00000 dan maksimumnya 40.00000 dengan standar deviasi 2.669332 sedangkan meannya atau rata-ratanya menunjukkan 33.93571 artinya dari semua sampel rata-rata aktivitas bisnis *multi level marketing* (Y) adalah sebesar 33.93571.

4. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal atau tidak. Salah satu cara untuk melihat residual adalah dengan menggunakan metode *Jarque-Bera* (JB). Model regresi yang baik adalah data berdistribusi normal. Dalam software Eviews, normalitas sebuah data dapat diketahui dengan membandingkan nilai *Jarque-Bera*. Uji JB diperoleh dari histogram normality. Dengan perumusan sebagai berikut:

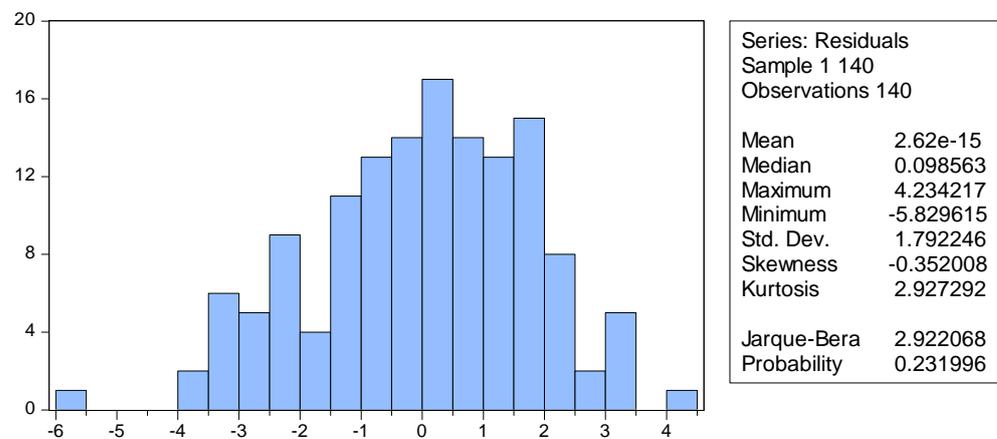
H_0 = data tidak berdistribusi normal

H_1 = data berdistribusi normal

Dengan menggunakan taraf signifikansi 5% atau $\alpha = 0,05$, terima H_1 jika nilai signifikansi $\geq \alpha$ dan tolak H_1 jika nilai signifikansi $\leq \alpha$.

Setelah diolah menggunakan Eviews 7 maka diperoleh hasil sebagaiberikut:

Gambar 4.7
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Output Eviews 7

Berdasarkan gambar 4.7 dihasilkan nilai JB sebesar 2,922068 dengan probabilitas sebesar 0,231996 yang berarti nilai ini lebih besar dari 5% atau 0,05. Maka H_1 diterima dan dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.16
Hasil Uji Multikolinieritas

Variance Inflation Factors			
Date: 06/07/21 Time: 11:25			
Sample: 1 140			
Included observations: 140			
Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	4.916607	209.6633	NA
X1	0.002837	144.2867	1.229933
X2	0.003135	470.5579	2.748522
X3	0.005033	386.9982	2.686324

Sumber: *Output Eviews 7*

Berdasarkan hasil olah data, VIF pada tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai VIF tidak ada yang menunjukkan > 10 , maka dalam penelitian ini H_0 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa model ini tidak terjadi gejala multikolinieritas dan dapat dilanjutkan ke uji selanjutnya.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan *Glejser Heteroskedasticity Test*. Hasil yang diperlukan dari hasil uji ini adalah Obs*R-Squared, dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0 = tidak ada heteroskedastisitas

H_1 = ada heteroskedastisitas

Apabila p-value Obs*R-Squared $> 0,05$, maka H_0 diterima sehingga tidak ada heteroskedastisitas pada model tersebut.

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan *software* Eviews 7 dengan menggunakan uji glejser, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.17
Hasil Uji Heterokedastisitas

Heteroskedasticity Test: Glejser				
F-statistic	0.235707	Prob. F(3,136)	0.8714	
Obs*R-squared	0.724153	Prob. Chi-Square(3)	0.8675	
Scaled explained SS	0.683342	Prob. Chi-Square(3)	0.8771	
Test Equation:				
Dependent Variable: ARESID				
Method: Least Squares				
Date: 06/07/21 Time: 11:22				
Sample: 1 140				
Included observations: 140				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.137283	1.313971	1.626583	0.1061
X1	-0.024323	0.031565	-0.770574	0.4423
X2	-0.005203	0.033178	-0.156816	0.8756
X3	0.010477	0.042042	0.249212	0.8036
R-squared	0.005173	Mean dependent var	1.436474	
Adjusted R-squared	-0.016772	S.D. dependent var	1.064821	
S.E. of regression	1.073714	Akaike info criterion	3.008279	
Sum squared resid	156.7891	Schwarz criterion	3.092326	
Log likelihood	-206.5795	Hannan-Quinn criter.	3.042433	
F-statistic	0.235707	Durbin-Watson stat	2.063050	
Prob(F-statistic)	0.871351			

Sumber: Output Eviews 7

Berdasarkan tabel 4.17, diketahui bahwa nilai probabilitas *Chi-Square* sebesar 0,8675 yang lebih besar dari nilai α sebesar 0,05. Karena nilai *Chi-Square* $>$ 0,05, maka dalam hal ini H_0 diterima sehingga dapat disimpulkan H_0 diterima dan data tersebut bersifat homokedastisitas dan tidak terdapat heteroskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan koleksi yang terjadi antara observasi dalam satu variabel. Akibat dari autokorelasi adalah estimator tidak menghasilkan estimator yang BLUE (*Best Linier Unbias Estimator*), namun hanya LUE. Autokorelasi dapat dilihat dengan menggunakan

uji *Breusch-Godfrey LM*. Hasil dari uji ini dapat dilihat dari nilai probabilitas *Chi-Square*. Jika probabilitas *Chi-Square* lebih besar dari tingkat signifikansi 5%, maka dikatakan tidak terdapat autokorelasi. Berikut hasil uji autokorelasi dengan menggunakan aplikasi Eviews 7.

Tabel 4.18
Hasil Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:				
F-statistic	0.957727	Prob. F(3,133)	0.4148	
Obs*R-squared	2.960447	Prob. Chi-Square(3)	0.3978	
Test Equation: Dependent Variable: RESID Method: Least Squares Date: 06/07/21 Time: 11:29 Sample: 1 140 Included observations: 140 Presample missing value lagged residuals set to zero.				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.323425	2.254838	-0.143436	0.8862
X1	0.009398	0.053993	0.174064	0.8621
X2	0.009193	0.056550	0.162569	0.8711
X3	-0.012988	0.071552	-0.181515	0.8562
RESID(-1)	-0.055515	0.086369	-0.642764	0.5215
RESID(-2)	-0.087715	0.087202	-1.005889	0.3163
RESID(-3)	-0.118246	0.089622	-1.319391	0.1893
R-squared	0.021146	Mean dependent var	2.62E-15	
Adjusted R-squared	-0.023013	S.D. dependent var	1.792246	
S.E. of regression	1.812751	Akaike info criterion	4.076275	
Sum squared resid	437.0467	Schwarz criterion	4.223357	
Log likelihood	-278.3392	Hannan-Quinn criter.	4.136045	
F-statistic	0.478863	Durbin-Watson stat	1.999562	
Prob(F-statistic)	0.823131			

Sumber: Output Eviews 7

Berdasarkan tabel 4.18 diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,3978 setelah diestimasi. Nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terdapat masalah autokorelasi pada model tersebut.

6. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen (*marketing plan*, *brand equity*, dan kepuasan distributor) terhadap satu variabel dependen (aktivitas bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) syariah) secara sendiri-sendiri (parsial) maupun bersama-sama (simultan). Hasil uji menggunakan uji regresi linier berganda disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.19

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Dependent Variable: Y				
Method: Least Squares				
Date: 06/07/21 Time: 11:17				
Sample: 1 140				
Included observations: 140				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	7.388305	2.217342	3.332054	0.0011
X1	0.032724	0.053266	2.614348	0.0054
X2	0.221866	0.055988	3.962704	0.0001
X3	0.290617	0.070946	4.096321	0.0001

Sumber: Output Eviews 7

Berdasarkan tabel 4.19 hasil uji regresi linear berganda diatas maka dapat diperoleh hasil persamaan sebagai berikut:

$$Y = 7,388305 + 0,032724X1 + 0,221866X2 + 0,290617X3$$

Keterangan:

X1 : *Marketing Plan*

X2 : *Brand Equity*

X3 : Kepuasan Distributor

Y : Aktivitas Bisnis *Multy Level Marketing* (MLM) Syariah

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 7,388305 artinya jika *Marketing Plan* (X1), *Brand Equity* (X2), Kepuasan Distributor (X3) nilainya adalah 0, maka Aktivitas Bisnis *Multy Level Marketing* (MLM) Syariah (Y) nilainya sebesar 7,388305.
- b. Koefisien regresi linier *Marketing Plan* (X1) sebesar 0,032724 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel *Marketing Plan*, maka akan meningkatkan Aktivitas Bisnis *Multy Level Marketing* (MLM) Syariah sebesar 0,032724. Koefisien yang bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara *Marketing Plan* dengan Aktivitas Bisnis *Multy Level Marketing* (MLM) Syariah, semakin baik faktor *Marketing Plan* maka semakin meningkat pula Aktivitas Bisnis *Multy Level Marketing* (MLM) Syariah.
- c. Koefisien regresi linier *Brand Equity* (X2) sebesar 0,221866 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel *Brand Equity*, maka akan meningkatkan Aktivitas Bisnis *Multy Level Marketing* (MLM) Syariah sebesar 0,221866. Koefisien yang bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara *Brand Equity* dengan Aktivitas Bisnis *Multy Level Marketing* (MLM) Syariah, semakin baik faktor *Brand Equity* maka semakin meningkat pula Aktivitas Bisnis *Multy Level Marketing* (MLM) Syariah.
- d. Koefisien regresi linier Kepuasan Distributor (X3) sebesar 0,290617 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel Kepuasan Distributor, maka akan meningkatkan Aktivitas Bisnis *Multy Level Marketing* (MLM) Syariah sebesar 0,290617. Koefisien yang bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara Kepuasan Distributor dengan Aktivitas Bisnis *Multy Level Marketing* (MLM) Syariah, semakin baik faktor Kepuasan Distributor maka semakin meningkat pula Aktivitas Bisnis *Multy Level Marketing* (MLM) Syariah.

7. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah *markering plan, brand equity*, dan kepuasan distributor berpengaruh secara parsial terhadap aktivitas bisnis *Multi Level Marketing (MLM)* syariah. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Untuk menentukan t_{tabel} yaitu dengan rumus $df = n$ (jumlah sampel) – k (jumlah variabel independen) – 1 = 140 – 3 – 1 = 136 dan $\alpha = 5\%$, jadi diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,97705 Adapun hipotesis awal adalah sebagai berikut:

H_0 : *markering plan, brand equity*, dan kepuasan distributor secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap aktivitas bisnis *Multi Level Marketing (MLM)* syariah.

H_1 : *markering plan, brand equity*, dan kepuasan distributor secara parsial berpengaruh signifikan terhadap aktivitas bisnis *Multi Level Marketing (MLM)* syariah.

Tabel 4.20

Hasil Uji t (Parsial)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	7.388305	2.217342	3.332054	0.0011
X1	0.032724	0.053266	2.614348	0.0054
X2	0.221866	0.055988	3.962704	0.0001
X3	0.290617	0.070946	4.096321	0.0001

Sumber: Output Eviews 7

Berdasarkan tabel 4.20 hasil uji t diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Pengaruh *Marketing Plan (X1)* terhadap aktivitas bisnis *Multi Level Marketing (MLM)* syariah (Y)

H_0 : *Marketing Plan* tidak berpengaruh signifikan terhadap aktivitas bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) syariah.

H_1 : *Marketing Plan* berpengaruh terhadap aktivitas bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) syariah.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial di dapat nilai harga t_{hitung} sebesar 2,614348 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,97705 dengan taraf signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$), maka *marketing plan* berpengaruh dan memiliki hubungan positif terhadap aktivitas bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) syariah atau tolak H_0 dan terima H_1 , dan nilai signifikan harga sebesar 0,0054 lebih kecil dari *alpha* 0,05 maka *marketing plan* berpengaruh signifikan terhadap aktivitas bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) syariah.

2) Pengaruh *brand equity* (X2) terhadap aktivitas bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) syariah (Y)

H_0 : *brand equity* tidak berpengaruh signifikan terhadap aktivitas bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) syariah.

H_1 : *brand equity* berpengaruh terhadap aktivitas bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) syariah.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial di dapat nilai *brand equity* t_{hitung} sebesar 3,962704 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,97705 dengan taraf signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$), maka *brand equity* berpengaruh dan memiliki hubungan positif terhadap aktivitas bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) syariah atau tolak H_0 dan terima H_1 , dan nilai signifikan *brand equity* sebesar 0,0001 lebih kecil dari *alpha* 0,05 maka *brand equity* berpengaruh signifikan terhadap aktivitas bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) syariah.

3) Pengaruh kepuasan distributor (X3) terhadap aktivitas bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) syariah (Y)

H_0 : kepuasan distributor tidak berpengaruh signifikan aktivitas bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) syariah.

H_1 : kepuasan distributor berpengaruh terhadap aktivitas bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) syariah.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial di dapat nilai kepuasan distributor t_{hitung} sebesar 4,096321 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,97705 dengan taraf signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$), maka kepuasan distributor berpengaruh dan memiliki hubungan positif terhadap aktivitas bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) syariah atau tolak H_0 dan terima H_1 , dan nilai signifikan kepuasan distributor sebesar 0,0001 lebih kecil dari *alpha* 0,05 maka kepuasan distributor signifikan terhadap aktivitas bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) syariah.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama (simultan) *marketing plan* (X1), *brand equity* (X2), dan kepuasan distributor (X3), berpengaruh signifikan terhadap aktivitas bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) syariah (Y) distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$.

Adapun hipotesis awal adalah sebagai berikut:

H_0 : *marketing plan*, *brand equity*, dan kepuasan distributor tidak berpengaruh signifikan terhadap aktivitas bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) syariah (distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar).

H_1 : *marketing plan*, *brand equity*, dan kepuasan distributor berpengaruh signifikan terhadap aktivitas bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) syariah (distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar).

Tabel 4.21

Hasil Uji Simultan

R-squared	0.549194	Mean dependent var	33.93571
Adjusted R-squared	0.539249	S.D. dependent var	2.669332
S.E. of regression	1.811905	Akaike info criterion	4.054790
Sum squared resid	446.4882	Schwarz criterion	4.138837
Log likelihood	-279.8353	Hannan-Quinn criter.	4.088945
F-statistic	55.22723	Durbin-Watson stat	2.078446
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber: Output Eviews 7

Berdasarkan tabel 4.21 hasil uji F diatas, dapat diketahui bahwa hasil dari analisis regresi secara bersama-sama (simultan) didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 55,22723 yang lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3,06 (hasil dari $df1 = k-1$, $df2 = n-k$ maka hasilnya $df1 = 3 - 1 = 2$, $df2 = 140 - 3 = 137$) dan signifikansi F sebesar 0,000000 yang lebih kecil dari $alpha$ 0,05.

Maka, berdasarkan penelitian ini, dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($55,22723 > 3,06$) atau signifikansi F yang lebih kecil dari nilai $alpha$ 0,05 atau dengan kata lain ada pengaruh yang signifikan *marketing plan*, *brand equity*, dan kepuasan distributor terhadap aktivitas bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) syariah (distributor TIENS Syariah di Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Blitar) secara bersama-sama.

8. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Uji determinasi atau uji R^2 digunakan untuk mengukur seberapa dekat garis regresi yang terestimasi dengan data sesungguhnya. Nilai koefisien determinasi mencerminkan seberapa besar variabel terikat Y dapat diterangkan oleh variabel bebas X.

- a. Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 ($R^2=0$) artinya variasi dari Y tidak dapat diterangkan oleh X.
- b. Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 1 ($R^2=1$) artinya variabel Y secara keseluruhan dapat diterangkan oleh X.

Untuk mengetahui determinasi variabel yang diteliti dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.22
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dependent Variable: Y					
Method: Least Squares					
Date: 06/07/21 Time: 11:17					
Sample: 1 140					
Included observations: 140					
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	
C	7.388305	2.217342	3.332054	0.0011	
X1	0.032724	0.053266	2.614348	0.0054	
X2	0.221866	0.055988	3.962704	0.0001	
X3	0.290617	0.070946	4.096321	0.0001	
R-squared	0.549194	Mean dependent var	33.93571		
Adjusted R-squared	0.539249	S.D. dependent var	2.669332		
S.E. of regression	1.811905	Akaike info criterion	4.054790		
Sum squared resid	446.4882	Schwarz criterion	4.138837		
Log likelihood	-279.8353	Hannan-Quinn criter.	4.088945		
F-statistic	55.22723	Durbin-Watson stat	2.078446		
Prob(F-statistic)	0.000000				

Sumber: Output Eviews 7

Berdasarkan tabel 4.22 hasil analisis koefisien determinasi diatas dapat diketahui bahwa nilai R^2 adalah 0,549194 artinya variasi seluruh variabel bebas (*marketing plan* (X1), *brand equity* (X2), dan kepuasan distributor (X3)) dapat mempengaruhi variabel terikat (aktivitas bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) syariah (Y)) sebesar 54,9% (0,549194). Sedangkan sisanya sebesar 45,1% (0,450806) dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian. Jadi, sebagian besar variabel terikat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas yang digunakan dalam model.