

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Pernyataan Keaslian.....	v
Halaman Motto	vi
Halaman Persembahan.....	vii
Prakata.....	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
Abstrak	xiii
Daftar isi.....	xvii

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi dan Pemabatasan Masalah	10
C. Rumusan Masalah.....	11
D. Tujuan Penelitian	12
E. Hipotesis Penelitian	12

F. Kegunaan Penelitian	13
G. Penegasam Istilah.....	14
H. Sistematika Pembahasan.....	15

BAB II: LANDASAN TEORI

A. Diskripsi Teori	17
1. Bisnis Multi Level Marketing.....	17
2. Perbedaan MLM Konvensional dan MLM Syariah.....	21
3. Persepsi	22
4. Sikap	34
5. Religiusitas.....	37
6. Akhlaq Mahmudah.....	46
7. Proses Keputusan Pembelian	49
B. Penelitian Terdahulu	54
C. Kerangka Konseptual	61

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	63
B. Populasi dan Sampel Penelitian	63
C. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	66
D. Instrumen Penelitian	68
E. Analisis Data.....	70
F. Uji Keabsahan Data	71
G. Uji Asumsi Klasik.....	74

BAB IV: HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Karakteristik Data	79
B. Pengujian Hipotesis	80

BAB V: PEMBAHASAN

A. Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Menjadi Pebisnis Multi Level Marketing Berbasis Syariah di Indonesia	96
B. Pengaruh Sikap Terhadap Keputusan Menjadi Pebisnis Multi Level Marketing Berbasis Syariah di Indonesia	99
C. Pengaruh Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Pebisnis Multi Level Marketing Berbasis Syariah di Indonesia	105
D. Pengaruh Persepsi, Sikap, dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Pebisnis Multi Level Marketing Berbasis Syariah di Indonesia	
	111

BAB VI: PENUTUP

A. Kesimpulan	112
B. Implikasi	113
C. Saran	116

DAFTAR PUSTAKA