

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “ Strategi Pemasaran *Multi Level Marketing (MLM) Syariah Paytren dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Tulungagung”* ini ditulis oleh Ziana Rifda, NIM 1742143315, Pembimbing Dr.Hj. Nur Aini Latifah.S.E.,MM.

Bisnis dengan menggunakan sistem jaringan atau sering disebut MLM sekarang ini menjadi tren pemasaran diberbagai peusahaan. Baik dalam bidang barang atau jasa. Sistem ini merupakan sistem Penjualan Langsung Berjenjang yang menawarkan kemudahan dan mendapatkan financial yang lebih dengan sistem perekutan dan pembinaan sehingga menciptakan sistem duplikasi yang berkelanjutan. Bisnis seperti ini sudah merambah ke perusahaan Jasa seperti Paytren. Dilihat dari Pertumbuhan mitra Paytren dari Agustus 2013 sampai dengan 2017 terus mengalami peningkatan. Pertumbuhan transaksi juga terus mengalami kenaikan sejak diperkenalkannya Paytren ke publik, tercatat pada bulan November 2017 terjadi transaksi rata – rata 250.000 kali transaksi per hari dan akan terus bertambah seiring dengan pertumbuhan mitra

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pemasaran *Multi Level Marketing (MLM) Syariah Paytren dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen*, untuk mengetahui alasan konsumen mempercayakan pembayaran dan pembelian kebutuhannya pada Paytren, untuk mengetahui faktor yang menjadi kendala strategi pemasaran *Multi Level Marketing (MLM) Syariah Paytren dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen*.

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dan jenis penelitiannya penelitian lapangan. Penelitian lapangan ini bermaksud menggambarkan, memaparkan keadaan objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta disebuah lingkungan. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder.

Adapun hasil penelitian skripsi ini, yaitu: Strategi Pemasaran yang dilakukan oleh mitra Paytren terdiri dari: Perekutan Mitra, Pemasaran barang (*produk, positioning, price* dan *promotion*), Jenjang karir, Pelatihan Mitra, *Money Game*. Berdasarkan pengamatan dilapangan menunjukkan bahwa Promosi dan pelatihan Mitra lebih diprioritaskan dibanding lainnya karena dapat memuaskan konsumen dan kebutuhannya terpenuhi sesuai dengan yang diinginkan. Alasan konsumen mempercayakan pembayaran dan pembelian kebutuhannya pada paytren dilihat dari kegunaannya paytren ini lebih efektif dan efisien, semua pembayaran dan pembelian dimudahkan dengan hanya mengeklik di *handphone* sudah bisa melakukan pembayaran dan pembelian dimanapun dan kapanpun. Kendala yang dihadapi Mitra Paytren dalam melakukan strategi Pemasaran *Multi Level Marketing (MLM) Syariah* yaitu kurangnya komunikasi pemasaran, banyaknya masyarakat yang masih ragu dengan produk paytren, menganggap bahwa harga untuk membeli aplikasi masih mahal, dan sistem jaringannya dianggap *money game*.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, *Multi Level Marketing (MLM) Syariah, Paytren, kepuasan konsumen.*

ABSTRACT

This Thesis entitled "Marketing Strategy Multi Level Marketing (MLM) Sharia Paytren in Improving Customer Satisfaction in Tulungagung" is written by Ziana Rifda, NIM 1742143315, advised by Dr.Hj. Nur Aini Latifah.SE, MM.

Business using the network system is often called MLM marketing has now become the trend in various Vendor. Both in the field of goods or services. This system is a Direct Sales tiered system that offers ease and get financial more with the recruitment and training so as to create a sustainable system of duplication. Such business has penetrated into the company as Paytren Services. Seen fromGrowth Paytren partners from August 2013 until 2017 continued to increase. Growth also continued to kanaikan transactions since the introduction Paytren to the public, was recorded in November 2017 transaction occurred average - average of 250,000 transactions per day and will continue to grow in line with growth partners

The purpose of this study to determine the marketing strategy of Multi Level Marketing (MLM) Sharia Paytren in Improving Customer Satisfaction, to find out why our customers rely on payment and purchase their needs at Paytren, to determine the factors that constraint marketing strategy Multi Level Marketing (MLM) Sharia Paytren in Improving Consumer satisfaction ,.

In this research, using qualitative research and research types of field research. The field research is intended to illustrate, describe the state of objects in the present study is based on the fact disebuah environment. Source data used are primary and secondary data.

The research results of this thesis, namely: Marketing Strategy conducted by Paytren partners consist of:Recruitment Partner, Marketing goods (product, positioning, price and promotion), career path, Training Partner, Money Game, Based on field observations indicate that the promotion and training of Partners have priority over others because it cansatisfy the consumer and his needs are met in accordance with the desired. The reason consumers entrust payment and purchase their needs at paytren views of usefulnessThis paytren more effective and efficient, all payments and purchases facilitated by simply clicking on the phone are able to make payments and purchases anywhere and anytime. Obstacles encountered in pursuing a strategy Paytren Partners Marketing Multi Level Marketing (MLM) Sharia is the lack of marketing communications, many people are still unsure of the product paytren, assume that the price is still expensive to buy applications, and network systems are considered money game.

Keywords: **Marketing Strategy, Multi Level Marketing (MLM) Sharia, Paytren, consumer satisfaction.**