

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PERCEIVED RISK* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP KEPUTUSAN MITRA DALAM MEMILIH MLM SYARIAH

(Studi Pada Mitra Paytren Yogyakarta)



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna
memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E) Strata Satu
pada Prodi Ekonomi Syariah
Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Oleh:

**Sri Wahyuni Eka Putri
NPM : 20160730069**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2019

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Sri Wahyuni Eka Putri

Nomor Mahasiswa : 20160730069

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : PENGARUH BRAND IMAGE, PERCEIVED RISK DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP KEPUTUSAN MITRA DALAM MEMILIH MLM SYARIAH (Studi Pada Mitra Paytren Yogyakarta).

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya di skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 26 Desember 2019

Yang membuat pernyataan



Sri Wahyuni Eka Putri

MOTTO

“Be what you want to be”

“It’s okay to be not perfect”

“Dimana ada kemauan disitu ada jalan”

“ Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah : 6)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al-Baqarah :286)

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka
mengubah keadaan mereka sendiri”

(Q.S Ar-Rad :11)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya sederhana yang tulis dengan segenap perjuangan ini untuk:

Ayah dan ibuku tercinta (Bapak M.Janam, S.Pd dan ibu Nurhasikin)

Adik-adikku tersayang (Resti ayu purwanti dan Tri Rizky Pradita)

Almamater tercinta, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Terimakasih telah memberikan arahan, semangat, dukungan serta do'a tulus yang selalu menyertai setiap langkah perjuangan ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SAMPUL.....	ii
HALAMAN NOTA DINAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
MHALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
DAFTAR SINGKATAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
1. Manfaat Teoritis.....	9
2. Manfaat Praktis.....	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Tinjauan Pustaka.....	10
B. Kerangka Teori.....	18
1. Tinjauan Tentang Keputusan Pembelian.....	18
2. Tinjauan Tentang Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	22
3. Tinjauan Tentang Persepsi konsumen.....	25
4. Tinjauan Tentang Multi Level Marketing (MLM).....	31
C. KERANGKA BERFIKIR.....	35
D. HIPOTESIS.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....	41
B. Populasi Dan Sampel.....	41

C.	Teknik Pengumpulan Data	43
D.	Jenis Dan Sumber Data	45
E.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	46
a.	Variabel Bebas (Independet Variabel)	46
b.	Variabel Terikat (Dependent Variabel)	50
F.	Alur Penelitian	51
G.	Pengukuran Instrumen Penelitian	52
H.	Uji Instrumen	52
I.	Uji Asumsi Klasik	53
J.	Teknik Analisis Data	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		58
A.	Profil Perusahaan Paytren	58
B.	Deskripsi Data Penelitian	60
C.	Uji Kualitas Instrumen	65
D.	Uji Asumsi Klasik	71
E.	Analisis Regresi Linear Berganda	75
F.	Pembahasan	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		83
A.	Kesimpulan	83
B.	Saran	84
DAFTAR PUSTAKA		86
LAMPIRAN		89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Proses keputusan Pembelian	19
Gambar 2. 2 Hipotesis.....	40
Gambar 3. 1 Alur Penelitian	51

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Hasil SPSS Uji Validitas
3. Hasil SPSS Uji Reliabilitas
4. Hasil SPSS Uji Normalitas
5. Hasil SPSS Uji Multikolinearitas
6. Hasil SPSS Uji Heteroskedasitas
7. Hasil SPSS Uji t
8. Hasil SPSS Uji F
9. Hasil SPSS Uji R²
10. Dokumentasi Penelitian
11. Hasil Cek Turnitin