

## DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	Ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II     KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Strategi Pemasaran.....	10
1. Definisi Strategi Pemasaran.....	10
2. Konsep Inti Pemasaran.....	11
B. <i>Multi Level Marketing</i> (MLM).....	17
1. <i>Definisi Multi Level Marketing</i> (MLM).....	17
2. Sejarah <i>Multi Level Marketing</i> (MLM).....	19
3. Sistem atau Cara Kerja <i>Multi Level Marketing</i> (MLM).....	20

	4. <i>Multi Level Marketing</i> (MLM) dalam Pandangan Islam.....	21
C.	Pemasaran dalam Perspektif Syariah.....	24
	1. Definisi Pemasaran Syariah ( <i>Syariah Marketing</i> ).....	24
	2. Strategi Pemasaran Syariah ( <i>Syariah Marketing Strategy</i> ).....	26
	3. <i>Spiritual Marketing</i> sebagai Jiwa Bisnis.....	31
	4. Karakteristik <i>Syariah Marketing</i> .....	33
D.	Hasil Penelitian Terdahulu.....	35
F.	Kerangka Berpikir.....	40
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	41
B.	Sumber Data.....	42
C.	Lokasi Penelitian.....	42
D.	Teknik Pengumpulan Data.....	43
E.	Uji Keabsahan Data.....	44
F.	Analisis Data.....	45
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A.	Gambaran Umum Oriflame.....	48
	1. Sejarah Singkat Oriflame.....	48
	2. Visi Misi Oriflame.....	49
	3. Profil Produk Oriflame.....	49
	4. Profil Oriflame.....	51
	5. Struktur Organisasi.....	53
B.	Deskripsi Data Penelitian.....	55
	1. Pelaksanaan Strategi Pemasaran Produk Oriflame.....	55
	2. Pelaksanaan Strategi Pemasaran Syariah Produk Oriflame.....	66
	3. Efektivitas Pelaksanaan Pemasaran	

	Oriflame.....	71
C.	Analisis dan Pembahasan.....	72
	1. Analisis Pelaksanaan Strategi Pemasaran Produk	
	Oriflame.....	72
	2. Analisis Pelaksanaan Strategi Pemasaran Syariah	
	Produk Oriflame.....	84
	3. Analisis Efektivitas Pelaksanaan Pemasaran	
	Oriflame.....	97
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b>	
	A. Kesimpulan .....	100
	B. Keterbatasan Penelitian.....	102
	C. Saran.....	102
	D. Penutup.....	102
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN</b>		
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>		

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Model Jaringan <i>Multi Level Marketing</i> .....	21
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir .....	40
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Oriflame .....	53
Gambar 4.2 Harga Pendaftaran <i>Member</i> Promo dan Hadiah WP.....	60
Gambar 4.3 Bonus Poin Oriflame.....	61
Gambar 4.4 Formulir <i>Member</i> Baru Oriflame .....	63



**DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Hasil Penelitian Terdahulu .....	38
Tabel 4.1 Daftar Omset Penjualan <i>Member</i> Selama Tiga Bulan .....	69

