

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah singkat Pondok Pesantren Modern Daar El-Kutub

Bebicara mengenai masalah di Indonesia maka masalah yang sangat kompleks adalah masalah pendidikan. Kompleksitas pendidikan itu muncul tidak saja karena perubahan-perubahan ekstern yang berasal dari tuntutan perubahan-perubahan intern dalam skala nasional, bahkan lokal. Kompleksitas pendidikan di atas harus segera mendapat jawaban dari yang sadar akan pentingnya pendidikan untuk meningkatkan kualitas manusia dalam rangka mengejawantahkan dirinya sebagai khilafah di muka bumi ini. Untuk itu, pesantren sebagai wahana untuk menggembleng mental manusia, yang tentunya pesantren tersebut harus disesuaikan dengan tuntutan zaman tanpa meninggalkan kepesantrenan. Pesantren seperti itu diberi nama Pondok pesantren Modern Daar El-Kutub, yang beralamat di Jl. Raya Bayah-Malingping Km. 3 Kp. Cikumpay Ds. BayahBarat

Kec. Bayah Kab. Lebak Prov. Banten didirikan pada hari Sabtu, 28 Juli 1990 oleh Ustadz Drs. KaelaniSusby dan juga sekaligus sebagai pimpinan pondok. Pondok pesantren modern ini merupakan lembaga pendidikan yang segala aktivitas kehidupannya tidak terlepas dari keikhlasan, kesederhanaan, berdikari, ukhuwah Islamiyah, dan bebas yang bertanggung jawab, sedangkan arah tujuan Pondok Pesantren Modern Daar El-Kutub adalah kemasyarakatan, hidup sederhana, tidak berpartai, dan ibadah tholabulilmi. Suasana-suasana tersebut sengaja direkayasa oleh lembaga pendidikan ini dalam rangka untuk membentuk mental yang tidak mengidap penyakit “kekeringan” di era globalisasi ini sebab bila mental yang mengidap penyakit tersebut tidak segera diatasi maka umat Islam ke depan dapat terbawa arus yang negatif.

2. Visi dan Misi Pondok Pesantren Modern Daar El-Kutub

Adapun Visi dan Misi Pondok Pesantren Modern Daar El-Kutub adalah sebagai berikut :

a. Visi

Sebagai lembaga pendidikan pencetak kader-kader pemimpin umat, menjadi tempat ibadah *thalab al-ilmu*, serta menjadi sumber ilmu pengetahuan Islam, bahasa Al-Qur'an, dan ilmu pengetahuan umum dengan tetap berjiwa pesantren.

b. Misi

- 1) Membentuk generasi yang unggul menuju terbentuknya *khaira ummah*.
- 2) Mendidik dan mengembangkan generasi mukmin muslim yang berbudi tinggi, berbadan sehat, berpengetahuan luas, dan berpikiran bebas, serta berkhidmat kepada masyarakat.
- 3) Mengajarkan ilmu pengetahuan agama dan umum secara seimbang menuju terbentuknya ulama yang intelek.
- 4) Mewujudkan warga negara yang berkepribadian Indonesia yang beriman dan bertakwa kepada Allah SWT.

3. Falsafah Pondok Pesantren Modern Daar El-Kutub

a. Falsafah Kelembagaan

- 1) Pondok Pesantren Modern Daar El-Kutub berdiri di atas dan untuk semua golongan.
- 2) Pondok adalah lapangan perjuangan, bukan tempat mencari penghidupan.
- 3) Pondok itu milik umat, bukan milik kyai.

b. Falsafah Kependidikan

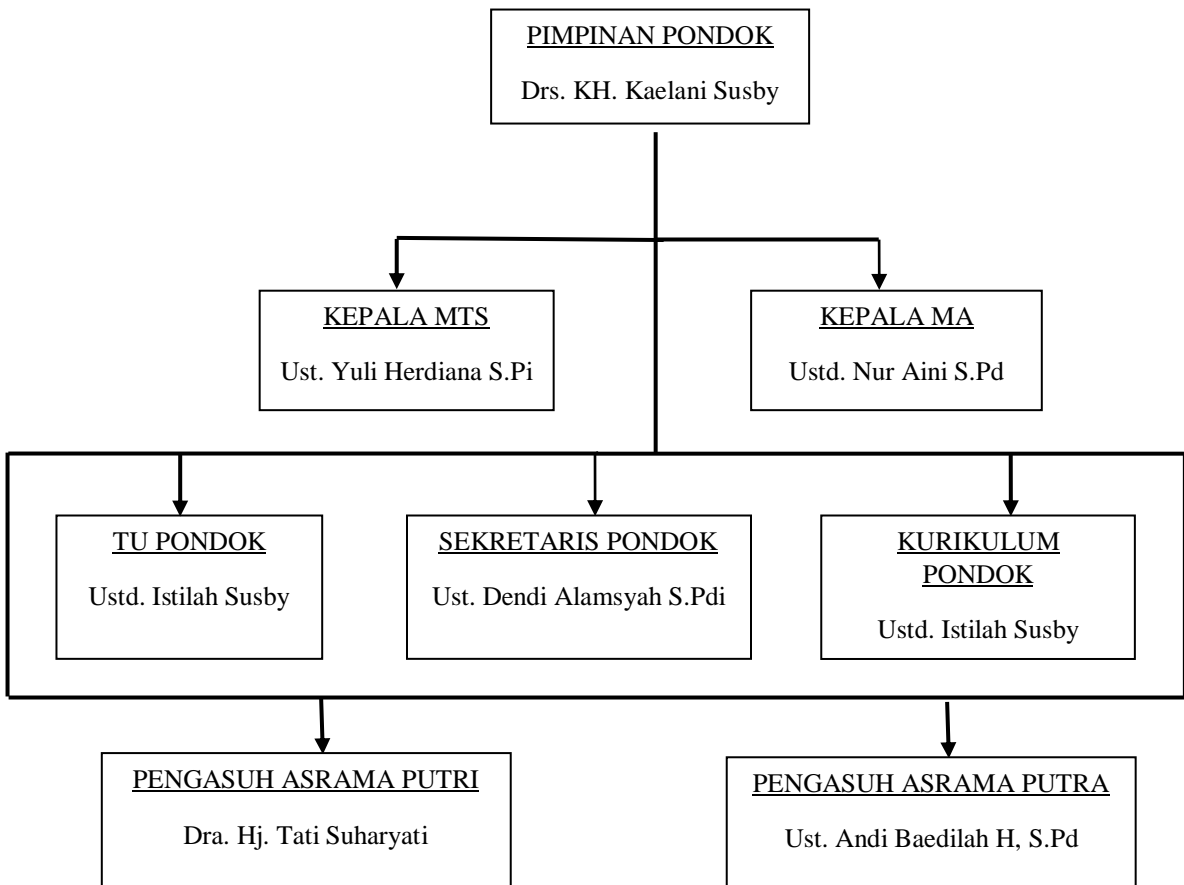
- 1) Apa yang dilihat, didengar, dikerjakan, dirasakan dan dialami santri sehari-hari harus mengandung unsur pendidikan.
- 2) Hidup sekali, hiduplah yang berarti.
- 3) Berjasa, tetapi jangan minta jasa.
- 4) Mau dipimpin dan siap memimpin, patah tumbuh hilang berganti.
- 5) Berani hidup tak takut mati, takut mati jangan hidup, takut hidup mati saja.
- 6) Seluruh mata pelajaran harus mengandung pelajaran akhlak.

- 7) *In uriidu illa al-ishlah* (Aku tak bermaksud kecuali perbaikan). (QS. Hud: 87).
 - 8) *Khair al-nas anfa'uhum li al-nas*. (Sebaik-baik manusia adalah yang bermanfaat bagi sesama).
 - 9) Pendidikan itu *by doing*, bukan *by lips*.
 - 10) *Labuh bondo, bahu, pikir, lek perlu sak nyawane*.
 - 11) Berbuatlah melebihi apa yang telah diperbuat oleh para pendahulu.
 - 12) Hanya orang penting yang tahu kepentingan, dan hanya pejuang yang tahu arti perjuangan.
- c. Falsafah Pembelajaran
- 1) Metode lebih penting dari pada materi pelajaran, guru lebih penting dari pada metode, dan jiwa guru lebih penting dari pada itu sendiri.
 - 2) Pondok memberi kail, tidak member ikan.
 - 3) Ujian untuk belajar, bukan belajar untuk ujian.
 - 4) Ilmu bukan untuk ilmu, tetapi ilmu untuk ibadah dan amal.
 - 5) Pelajaran di TMI : agama 100% dan umum 100%.

4. Struktur Pengurus Pondok Pesantren Modern Daar El-Kutub

Gambar 4. 1 Struktur Pengurus Pondok Pesantren Modern

Daar El-Kutub



Sumber: Pondok Pesantren Modern Daar El-Kutub

B. Analisis Deskriptif

1. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan yaitu santri Pondok Pesantren Modern Daar El-Kutub Lebak Banten dengan jumlah 100 responden. Dengan demikian peneliti menggunakan sampel 40 responden. Karakteristik responden yang diperoleh dari penyebaran angket/kuesioner adalah sebagai berikut :

a. Jenis Kelamin

Responden dalam penelitian ini adalah santri laki-laki dan perempuan Pondok Pesantren Modern Daar El-Kutub Bayah Lebak Banten dengan jumlah 40 responden.

Tabel 4. 1 Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	12
2	Perempuan	28
Jumlah		40

Sumber : Santri Pondok Pesantren Modern Daar El-Kutub

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, dapat diketahui bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki

berjumlah 12 orang dan responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 28 orang. Maka dapat diambil kesimpulan sebagian besar santri Pondok Pesantren Modern Daar El-Kutub Bayah Lebak Banten adalah perempuan.

b. Usia

Responden dalam penelitian ini rata-rata berusia 12-15 untuk santri yang berpendidikan MTS (Madrasah Tsananawiyah) dan 16-18 tahun untuk santri yang berpendidikan MA (Madrasah Aliyah).

c. Tingkat Pendidikan

Tabel 4. 2 Kriteria Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah
1	MTS	18
2	MA	22
Jumlah		40

Sumber : Santri Pondok Pesantren Modern Daar El-Kutub

Berdasarkan table 4.2 diatas, dapat diketahui kriteria responden tingkat pendidikan MTS (Madrasah Tsanawiyah) berjumlah 18 dan tingkat MA (Madrasah Aliyah) berjumlah 22 orang.

2. Data Hasil Kuesioner

Tabel 4. 3 Data Hasil Kuesioner

Res/Item	Pengetahuan Santri (X)	Minat Produk (Y)
1	16	26
2	26	36
3	22	31
4	23	32
5	20	32
6	24	32
7	25	36
8	28	34
9	20	30
10	23	37
11	18	30
12	24	32
13	23	37
14	23	32
15	21	32
16	22	35
17	22	34
18	23	29
19	23	32
20	23	34
21	14	23
22	19	28
23	16	25
24	17	29
25	19	29

26	22	32
27	19	31
28	16	16
29	27	36
30	22	28
31	25	38
32	19	26
33	16	27
34	18	21
35	14	27
36	14	23
37	12	22
38	22	31
39	15	25
40	23	30

Sumber : Hasil Penyebaran Angket Pada Santri Pondok Pesantren Moden Daar El-Kutub

3. Analisis Deskripsi Variabel

Analisis deskripsi berikut ini menjelaskan mengenai keseluruhan data variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengetahuan santri (X) dan minat produk (Y), untuk mendeskripsikan data pada setiap variabel dilakukan dengan menyusun tabel distribusi frekuensi untuk mengetahui tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian dalam skala

likert : sangat setuju, setuju, netral/ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Tabel 4. 4 Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	Mean
Pengetahuan Santri	37	83	68	45	7	3,57
Minat Produk	87	133	60	28	8	3,75

Berdasarkan tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa pada variabel pengetahuan santri (X) responden terbanyak cenderung setuju dengan frekuensi 83 dengan mean sebesar 3,57. Pada variabel minat produk (Y) responden terbanyak cenderung setuju dengan frekuensi 133 dengan mean sebesar 3,75. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa pengetahuan santri (X) dan minat produk (Y) didominasi oleh jawaban setuju. Hal ini menunjukkan pengetahuan santri dan minat produk pada santri Pondok Pesantren Modern Daar El-Kutub dikategorikan tinggi/ baik.

C. Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui validitas dari setiap item instrumen kuesioner penelitian. Diketahui valid atau tidaknya suatu item apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka indikator dinyatakan valid dan sebaliknya apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka indikator tersebut dinyatakan tidak valid. Dengan membandingkan antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} pada taraf signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan $(df) = n-2$ dimana n adalah jumlah sampel dalam penelitian, maka $df = 40-2 = 38$. Maka diperoleh nilai $r_{tabel} = 0,312$. Untuk pengujian validitas pengetahuan santri (X) sebanyak 6 butir pertanyaan dan minat produk sebanyak 8 butir pertanyaan. Berikut hasil pengolahan SPSS versi 16 yaitu:

1) Uji validitas variabel pengetahuan santri (X)

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Santri (X)

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pertanyaan 1	0,779	0,312	Valid
Pertanyaan 2	0,611	0,312	Valid
Pertanyaan 3	0,802	0,312	Valid
Pertanyaan 4	0,451	0,312	Valid
Pertanyaan 5	0,772	0,312	Valid
Pertanyaan 6	0,466	0,312	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 16

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.5 diatas, bahwa setiap item pertanyaan pada variabel pengetahuan santri (X) adalah valid karena semua item nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

2) Uji validitas variabel minat produk (Y)

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Produk (Y)

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pertanyaan 1	0,569	0,312	Valid
Pertanyaan 2	0,376	0,312	Valid
Pertanyaan 3	0,571	0,312	Valid
Pertanyaan 4	0,504	0,312	Valid
Pertanyaan 5	0,772	0,312	Valid
Pertanyaan 6	0,617	0,312	Valid
Pertanyaan 7	0,694	0,312	Valid
Pertanyaan 8	0,687	0,312	Valid

Sumber : Data diolah SPSS 16

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.6 diatas, bahwa setiap item pertanyaan pada variabel

minat produk (Y) adalah valid karena semua item nilai

$$r_{hitung} > r_{tabel}.$$

b. Uji Reliabilitas

1) Uji reliabilitas variabel pengetahuan santri (X)

Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan Santri (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.738	6

Sumber : Data diolah SPSS 16

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, menunjukkan nilai *cronbach's alpha* adalah 0,738 untuk variabel pengetahuan santri (X) dengan 6 item pertanyaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai *cronbach's alpha* > 0,60.

2) Uji reliabilitas variabel minat produk (Y)

Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Produk (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.749	8

Sumber : Data diolah SPSS 16

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, menunjukkan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,749 untuk variabel minat produk (Y) dengan 8 item pertanyaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu memiliki distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov (KS)*.

Tabel 4. 9 One-Sampel Kolmogorov-Smirnov (KS)
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.80915362
Most Extreme Differences	Absolute	.184
	Positive	.069
	Negative	-.184
Kolmogorov-Smirnov Z		1.161
Asymp. Sig. (2-tailed)		.135

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Data diolah SPSS 16

Berdasarkan tabel 4.9 diatas menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,135 > 0,05$ maka dengan demikian nilai dari setiap variabel terdistribusi normal sehingga model penelitian ini dinyatakan dapat memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dipergunakan untuk melihat apakah model yang dibangun mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Jika *deviation from linearity* Sig $> 0,05$ maka terdapat hubungan yang linear antara variabel pengetahuan santri (X) dan variabel minat produk (Y), akan tetapi sebaliknya jika *deviation from linearity* Sig $\leq 0,05$ maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel pengetahuan santri (X) dan variabel minat produk (Y).

Tabel 4. 10 Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Minat Produk * Pengetahuan Santri	Between Groups (Combined)	691.125	15	46.075	4.668	.000
	Linearity	620.238	1	620.238	62.842	.000
	Deviation from Linearity	70.887	14	5.063	.513	.902
	Within Groups	236.875	24	9.870		
	Total	928.000	39			

Sumber : Data diolah SPSS 16

Hasil analisis menunjukkan bahwa pada tabel ANOVA nilai F pada *deviation from linearity* Sig sebesar $0,902 > 0,05$ maka dapat disimpulkan terdapat hubungan yang linear antara variabel pengetahuan santri (X) dengan variabel minat produk (Y).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji apakah model dalam regresi terdapat ketidaksamaan varians residual dari pengamatan yang satu dengan yang lain. Dalam penelitian ini menggunakan metode glejser. Penentuan ada atau tidaknya masalah heteroskedastisitas ditentukan berdasarkan nilai signifikansi $> 0,05$ maka hal ini dapat diinterpretasikan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, tetapi nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tersebut terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4. 11 Hasil Uji Glejser

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.011	1.644		1.223	.229
Pengetahuan Santri	.001	.079	.002	.013	.990

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber : Data diolah SPSS 16

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, bahwa nilai signifikansi sebesar 0,990 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa $0,990 > 0,05$ yang mana artinya model regresi ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3. Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Selanjutnya yaitu akan menganalisis dengan aplikasi SPSS 16 tujuannya yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel pengetahuan santri terhadap minat produk bisnis *multi level marketing* syariah. Hasil pengolahan data dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.241	2.414		3.827	.000
	Pengetahuan Santri	1.015	.116	.818	8.751	.000

a. Dependent Variable: Minat Produk

Sumber : Data diolah SPSS 16

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, maka dapat dijelaskan bahwa model regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Berdasarkan pemaparan tersebut dapat disimpulkan persamaan regresi penelitian ini adalah :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Minat Produk Bisnis MLM Syariah

a = Konstanta (a = Y, jika X=0)

b = Koefisien regresi yaitu nilai peningkatan atau penurunan

X = Pengetahuan Santri

Maka :

$$Y = 9,241 + 1,015X.$$

- 2) Konstanta sebesar 9,241 artinya bahwa jika pengetahuan santri (X) nilainya nol, maka nilai minat produk bisnis *multi level marketing* syariah (Y) adalah 9,241.
- 3) Koefesien regresi variabel pengetahuan santri (X) sebesar 1,015 artinya jika variabel mengalami kenaikan 1 point maka minat produk bisnis *multi level marketing* syariah (Y) akan bertambah sebesar 1,015.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh variabel pengetahuan santri berpengaruh terhadap minat produk. Ketentuan pengambilan keputusan pada uji t ini adalah apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< \alpha$ (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti variabel independen secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Akan tetapi sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> \alpha$ (0,05), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti

variabel independen secara individual tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Nilai t_{tabel} didapatkan dengan melihat tabel distribusi t pada $\alpha = 0,05$ (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan (df) = n-k, dimana n = jumlah sampel dan k = jumlah variabel penelitian, maka (df) = 40-2 = 38, maka diperoleh nilai $t_{\text{tabel}} = 1,686$.

Tabel 4. 13 Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.241	2.414		3.827	.000
	Pengetahuan Santri	1.015	.116	.818	8.751	.000

a. Dependent Variable: Minat Produk

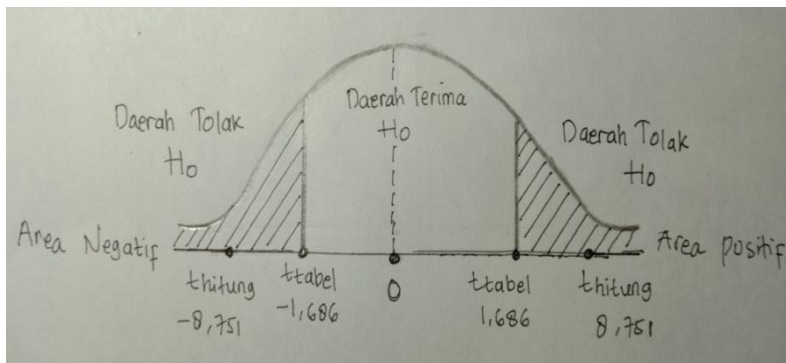
Sumber : Data diolah SPSS 16

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai $t_{\text{hitung}} 8,751 >$ nilai $t_{\text{tabel}} 1,686$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan santri (X) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap

minat produk bisnis *multi level marketing* syariah (Y).

Berikut ini adalah kurva uji hipotesis (t) :

Gambar 4. 2 Kurva Uji t



Pada gambar 4.2 diatas terlihat bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,751 > 1,686$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan santri (X) berpengaruh secara signifikan terhadap minat produk bisnis *multi level marketing* syariah (Y).

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

(Imam Ghozali, 2011). Berdasarkan hasil pengolahan SPSS 16 maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.818 ^a	.668	.660	2.846

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Santri

Sumber : Data diolah SPSS 16

Berdasarkan tabel 4.14 nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,668. Maka variabel pengetahuan santri dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap minat produk yaitu sebesar 66,8% sedangkan sisanya 33,2% dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti penulis.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Pengetahuan Santri terhadap Minat Produk Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t (parsial) diperoleh hasil bahwa pengetahuan santri memiliki pengaruh signifikan terhadap minat produk

bisnis *multi level marketing* (MLM) syariah. Hal ini dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} 8,751 > nilai t_{tabel} 1,686 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan santri (X) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap minat produk bisnis *multi level marketing* (MLM) syariah (Y). Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan santri memiliki pengaruh yang positif sebesar 1,015. Koefisien yang bernilai positif ini berarti terjadi hubungan yang searah antara variabel pengetahuan santri dan variabel minat produk bisnis *multi level marketing* (MLM) syariah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin luas atau banyak tingkat pengetahuan santri Pondok Pesantren Modern Daar El-Kutub memiliki pengaruh terhadap minat suatu produk. Maka apabila pengetahuan santri lebih ditingkatkan melalui berbagai informasi maka minat terhadap produk *multi level marketing* (MLM) syariah akan semakin meningkat.

Pengetahuan terhadap sesuatu didapatkan melalui suatu informasi yang telah digabungkan dengan suatu

pemahaman seseorang serta potensi untuk menindaki yang lantas melekat dalam benak seseorang. Pengetahuan dalam penelitian ini terdapat 3 indikator diantaranya mencakup pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk/ jasa, pengetahuan tentang manfaat produk/ jasa dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan oleh produk/ jasa bagi konsumen. Santri di Pondok Pesantren Modern Daar El-Kutub mengenai pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk/ jasa *multi level marketing* (MLM) syariah cukup baik, sehingga memudahkan santri dalam memilih produk-produk yang terdaftar dalam Perusahaan Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Pengetahuan santri tentang manfaat produk/ jasa *multi level marketing* (MLM) syariah pun sudah cukup baik, bahwa produk yang dijual halal, jelas dan bermanfaat. Pengetahuan santri tentang kepuasan yang diberikan produk/ jasa *multi level marketing* (MLM) syariah pun sudah cukup baik, diantaranya santri merasa puas terhadap bisnis *multi level marketing* karena diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) dan bisnis yang

dijalankan *multi level marketing* (MLM) syariah berdasarkan nilai-nilai Islam.

Dengan demikian, hal ini menggambarkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan yang dimiliki santri maka akan semakin tinggi pula minat terhadap produk *multi level marketing* (MLM) syariah.. Hasil ini sesuai dengan penelitian skripsi dari saudara Abdurahman Zain pada tahun 2017 yang menyatakan bahwa pengetahuan santri berpengaruh signifikan terhadap minat produk.

2. Besarnya Pengaruh Pengetahuan Santri terhadap Minat Produk Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Syariah

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi (r^2), hubungan antara pengetahuan santri terhadap minat produk bisnis *multi level marketing* (MLM) syariah sangat besar pengaruhnya sebesar 66,8% sedangkan sisanya sebesar 33,2% dipengaruhi oleh faktor variabel lain yang diteliti oleh penulis diantaranya seperti persepsi (Nurain, 2015), lokasi penelitian (Aminuddin, 2016).