

## ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh Film Merry Riana terhadap persepsi penonton mengenai *multi level marketing*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh dan pengaruh apa yang diberikan Film Merry Riana terhadap persepsi penonton. Dengan menggunakan indikator dari Film Merry Riana, yaitu alur cerita, setting, akting, dan MLM dalam film. Lalu indikator dari persepsi penonton adalah *Attention, Interest, Desire, Decision, dan Action*. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan metode kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah jumlah penonton Film Merry Riana yang berjumlah 715.671 dengan syarat berdomisili di Jakarta, berusia di atas 17 tahun, sudah pernah menonton film Merry Riana, dan pernah atau sedang menjalani bisnis MLM dengan sampel 100 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan tingkat pengaruh yang diberikan Film Merry Riana terhadap persepsi penonton sangat rendah, hal ini terjadi karena di dalam film menunjukkan kegagalan yang dialami Merry, dan kebanyakan dari responden tetap menjalani bisnis MLM yang telah mereka jalani selama ini. Dari 4 indikator Variabel X, indikator Akting dengan hasil signifikan 0.009 dan MLM dalam film dengan hasil signifikan 0.020, paling mempengaruhi indikator *Attention*, indikator *Setting* paling mempengaruhi indikator *Interest* dengan hasil signifikan 0.018. Secara keseluruhan, indikator X yang paling mempengaruhi indikator Y adalah indikator MLM dalam Film biarpun dengan angka yang kurang signifikan.

**Kata kunci: Film Merry Riana: Mimpi Sejua Dolar, persepsi, multi level marketing**