

## ABSTRAK

*Multilevel marketing* adalah suatu metode penjualan barang maupun jasa yang dilakukan secara langsung kepada pelanggan melalui jaringan yang dikembangkan oleh distributor secara berjenjang. Produk Imogen dari PT. Janitra Jaya Mulia yang dipasarkan secara langsung melalui jaringan kepada pelanggan merupakan salah satu produk perusahaan multilevel marketing yang menarik untuk penulis teliti karena penjualan produknya yang begitu cukup menguasai pasar dan tidak sedikit dari banyaknya masyarakat yang berdomisili di Kab. Gowa utamanya ibu rumah tangga mengetahui produk Imogen dari PT. Janitra Jaya Mulia tersebut. Fenomena ini didukung dengan mudahnya akses untuk membeli produk Imogen karena member Imogen merata dari kota hingga ke desa, semangat para member untuk melakukan promosi di sosial media namun juga tetap saling mendukung satu sama lain antar *group*, hingga akhirnya penulis mengetahui bahwa Produk Imogen begitu dicintai oleh sebagian masyarakat yang telah menjadi member karena begitu besar reward dan bonus harian yang diberikan perusahaan kepada member yang bergabung dalam member Satu Komando Imogen PT. Janitra Jaya Mulia.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Apa sajakah faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat bergabung dengan sistem *multilevel marketing* dan mengidentifikasi faktor paling dominan yang mempengaruhi minat masyarakat untuk bergabung dengan sistem *multi level marketing* produk Imogen. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang join atau bergabung dalam member satu komando imogen produk dari PT. Janitra Jaya Mulia yang berada dibawah naungan leader Ayu Lestari Imopreneur asal Kab.Gowa. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah primer dan sekunder, Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, metode pengukuran data menggunakan skala likert, menggunakan uji validitas dan reliabilitas, serta Teknik analisis data adalah *Principal Component Analysis*.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil bahwa terdapat 1 faktor pembentuk, dengan besaran proporsi kumulatifnya antara 80%-90% dan komponen minat berbisnis dengan sistem multilevel marketing terdiri dari faktor-faktor tawaran penghasilan besar, penghasilan harian, kualitas produk, komunitas, modal yang kecil, waktu yang fleksibel, tidak membutuhkan pengalaman dan dapat menentukan penghasilan, sedangkan untuk faktor yang paling dominan terhadap minat berbisnis dengan sistem level marketing pada masyarakat yang ikut tergabung sebagai member produk imogen dari PT. Janitra Jaya Mulia merupakan waktu yang fleksible.

Kata kunci : Minat, Bisnis, *Multilevel Marketing*.