

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, A. (2015). *Analisis Pemasaran Produk Indihome Telkom Bantul*. Yogyakarta.
- Constantin, C. (2009). *Multi Lvel Marketing - A Tools Of Relationship Marketing*. Transylvania: Semantic Scholar.
- D. Purnomo, R. S., Hariyani, I., & Yustisia, C. (2011). *Multi Level Marketing Money Game & Skema Piramid*. Jakarta: Gramedia.
- Devvy, N., Santosa, D., & Rahmonto, A. N. (2013). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen*. Surakarta.
- Gani, I., & Siti, A. (2018). *Alat Analisis Data*. Yogyakarta: ANDI.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gugup, K. (2011). *Bisnis Pengantar*. Yogyakarta: BPFE.
- Hamdan. (2015). *Strategi Pemasaran Browcly Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen di Kota Makassar*. Makassar.
- Harefa, A. (1999). *Multi Level Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ibrahim, J. (2007). *Teori, Metode dan Hukum Normatif*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bandung: Refika Aditama.
- Infinitemlmssoftware. (2020, Februari 28). <https://infinitemlmssoftware.com/blog/top-100-mlm-companies-2019>. Retrieved from <https://infinitemlmssoftware.com>
- Jobtrenurtika. (2019, September 20). <https://jobtrenurtika.wordpress.com>. Retrieved from <https://jobtrenurtika.wordpress.com/logo-telkom/>
- Kennedy, J. E., & Soemanegara, R. D. (2006). *Marketing Communication : Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT Bhuana Ilmu Populer.

- Kominfo. (2019, September 20). https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media). Retrieved from <https://kominfo.go.id>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principle Management*. United State: Pearson Education.
- Kotler, P., & Amstrong, G. M. (2012). *Principles Of Marketing*. New Jersey: Prentice.
- Kuswara. (2005). *Mengenal MLM Syariah dari Halal-Haram*. Tangerang: Qultum Media.
- Mullins, J. W., & Orville C, W. J. (2018). *Marketing Management : Strategic Decision-Making Approach (seventh edition)*. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Nurjanah, N. (2019). *Strategi Pemasaran Multi Level Marketing Terhadap Karakteristik Individu*. Jakarta.
- Pantar Nusantara, D. (2010). *Analisis Pemasaran Multi Level Marketing Pada Perusahaan Tiens Internatioan Group Corp. Menurut Pandangan Islam*. Jakarta.
- Priyatno, D. (2008). *Mandiri Untuk Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistika)*. Yogyakarta: MediKom.
- Prof. Gregor, B. p., & Wadleeski, A.-A. M. (2013). *Multi Level Markeitng as Business Model*. Poland: University of Łódź.
- Ramadhayanti, A. (2019). *Aplikasi SPSS untuk Penelitian dan Riset Pasar*. Jakarta: PT Gramedia.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: Alfabeta.

Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.

Telkom Indonesia. (2019, September 20).

https://www.telkom.co.id/servlet/tk/about/id_ID/stocklanding/profil-dan-riwayat-singkat.html. Retrieved from www.telkom.co.id