

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad Faruq, Nurani, *Model Komunikasi Tianshi Marketing Network Studi Pada Support System Unicore Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya*, (Surabaya : UIN Sunan Ampel Surabaya, 2010).
- Alkatiri, Halima, *Pengaruh Komunikasi Persuasif Guru Terhadap Sikap Siswa Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam*, (Bandung : Universitas Padjajaran, 2011).
- Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Rajawali, 1990).
- Aulia, Risya Primanda Chairani, *Analisis Komunikasi Persuasi Pada Kegiatan Prospek Multi Level Marketing PT. Melia Sehat Sejahtera*, (Depok : FISIP UI, 2013).
- Budhiarnawa, *Elu Tanya, Gue Jawab, Jadi Duit*, (Jakarta: PT. Saebo Megah Mandiri, 2004), hlm. 7.
- Burgoon & Ruffner, *Human Communication*, (London : Allyn & Bacon, Inc., 2002).
- Hogan, S., *Employees and Image: Bringing Brand Image to Life*. The 2nd Annual Strategic Public Relations Conference. (Chicago: Lippincot Mercer, 2005).
- Imroatusholihah, *et.al.*, *Multi Level Marketing*, (Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga, 2014).
- Jefkins, Frank, *Periklanan*, (Jakarta: Erlangga, 1996).

- Kisata, P, *Why not MLM ?*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2006).
- Lasswell, Harold, *The Structure and Function of Communication in Society*, dalam *Mass Communications, a Book of Readings Selected and Edited by the Director of the Institute for Communication Research at Stanford University*. Editor: Wilbur Schramm. (Urbana: University of Illinois Press, 1960).
- Pramutoko, Baju, *Analisa Penjualan Melalui Sistem Multi Level Marketing*, (Kediri : Universitas Islam Kadiri, 2011).
- Rakhmat, Jalaluddin, *Metode Penelitian Komunikasi, Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*, (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 2007).
- Rhenald, Kasali, *Membidik Pasar Indonesia*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 1998).
- Rofidah, *Telaah Ragam Bahasa Persuasif Dalam Presentasi Downline Pada Bisnis Multi Level Marketing (MLM)*, (Malang : Universitas Muhammadiyah Malang, 2009).
- Simanullang, Erik Pandapotan, *Teori Dalam Komunikasi Persuasif*, (Riau : Universitas Riau, 2014).
- Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, *Teori Komunikasi : Theories of Human Communication*, (edisi 9, Jakarta : Salemba Humanika, 2009).
- Tarmidzi, Yusuf, *Strategi MLM Secara Cerdas dan Halal*, (Cet. I. Jakarta: PT. Gramedia, 2002), hlm. 3.

- Santoso, Benny, *All About MLM*, (Yogyakarta : Andi, 2003).
- Simanullang, Erik Pandapotan, *Fenomena Meme di Media Sosial dan Pengaruhnya Bagi Kehidupan Sosial*, (Riau : Universitas Riau, 2015).
- Suselo, Maurin Purnama Dewi, *Prestasi Distributor Multi Level Marketing “High Desert” Ditinjau Dari Self Efficacy Dan Kemampuan Komunikasi Persuasif*, (Semarang : Universitas Katolik Soegijapranata, 2007).
- Swastha, Basu dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Edisi Kedua, Cetakan Ketujuh, Yogyakarta : Liberty, 1999).
- Swastha DH, Basu dan Ibnu Sukotjo W, *Pengantar Bisnis Modern*. (Edisi 3, Yogyakarta : Liberty, 2002).
- Widianingsih, R, & Harsanti, I, *Perbedaan Komunikasi Persuasif antara Distributor Multi Level Marketing Pria dan Wanita*, (Depok : Universitas Gunadarma, 2012).
- David, Fred R., 2006. *Manajemen Strategis*. Edisi Sepuluh, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Jogiyanto, 2005, *Sistem Informasi Strategik untuk Keunggulan Kompetitif*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Internet

Krisyudi, “*Direct Selling (Penjualan Langsung)*”, <https://krisyudi.wordpress.com/2009/11/29/direct-selling-penjualan-langsung/>, (diakses tanggal 20/10/2015).

“Model Komunikasi Tianshi Marketing Network”, <http://digilib.uinsby.ac.id/8472/> (diakses tanggal 02/12/2015).

Ismail Hatibi, “Defini Pemasaran dan Penjualan” <https://ismailhatibi.wordpress.com/2012/11/15/definisi-pemasaran-dan-penjualan/> (diakses tanggal 13/12/15).

“Penjualan Langsung”, https://id.wikipedia.org/wiki/Penjualan_langsung (diakses tanggal 13/12/15).

<http://digilib.uinsby.ac.id/8472/3/BAB%20II.pdf> (diakses tanggal 13/12/15).

Roen, Ferry, “Bisnis Penjualan Langsung (Direct Selling)”, <http://perilakuorganisasi.com/bisnis-penjualan-langsung-direct-selling.html>, (diakses tanggal 20/10/2015).

“5 Paling Efektif Untuk cara Pemasaran Tupperware (MLM)” <http://yourlifesolution.blogspot.co.id/2012/02/5-paling-efektif-cara-untuk-pemasaran.html> (diakses tanggal 13/12/15).

“FM Group Indonesia” <http://id.fmworld.com/id/our-company-22/tentang-kami-23/> (diakses tanggal 13/12/15).

“Analisis SWOT”, <http://www.kajianpustaka.com/2013/03/strenghts-weakness-opportunities.html> (diakses tanggal 9/3/17)

FM Group Indonesia. (2017). *Tata Nilai*. Dipetik April 18, 2017, dari FM World Indonesia: <https://id.fmworld.com/id/our-company-22/our-mission-and-vision-84/>

FM Group Indonesia. (2017). *Tentang Kami*. Dipetik April 18, 2017, dari FM World Indonesia: <https://id.fmworld.com/id/our-company-22/about-fm-world-indonesia-81/>

FM Group Indonesia. (2017). *Visi dan Misi*. Dipetik April 18, 2017, dari FM World Indonesia : <https://id.fmworld.com/id/our-company-22/our-mission-and-vision-84/>

The Orchid Club FM Group World. (2009, Juli). Dipetik April 18, 2017, dari Youblisher Web Site: <http://www.youblisher.com/p/494413-FM-GROUP-INDONESIA-MARKETING-PLAN/>

