

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. 2021. *“Metode Penelitian Kualitatif”*. Jakarta: Syakir Media Press.
- Al-Imam al-Hafizh Muhammad bin Isa bin Saurah at-Tirmidzi, Sunan tt-Tirmidzi .2017. Jilid 4. Gema Insani.
- Atmoko, T. Presetyo Hadi. 2018. *“Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta”*. (Journal Of Indonesian Tourism, Hospitality And Recreation). Vol. 1 No. 2.
- Bahrudin, Moh. 2011. *“Multi Level Marketing (MLM) Dalam Perspektif Hukum Islam”*. (ASAS). Vol. 3, No.1.
- Bahwiyanti, Jaya dan Nor Laili. 2019. *“Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pt. Titipan Kilat Banjarmasin”*. (Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis). Vol. 5 No.3.
- Bayanuloh, Ikhsan. 2019. *Marketing Syariah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ceicillia, Stephanie dan Budi Prabowo. 2021. *“Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Ud. Jaya Marine Surabaya”*. (Jurnal Disrupsi Bisnis). Vol. 4 No. 3.
- D, Sugianto. 2019. *“Cara Bedakan MLM Halal dan Haram”*. detikcom. 13 Maret. Halaman 3. Jakarta
- Dayat, M. *“Strategi Pemasaran Dan Optimilisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan”*. (Jurnal Mu'allim). vol. 1 No. 2.
- Drajat, Wanda Natasya Putri dkk. 2021. *“Strategi Pemasara Islam Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Muslimah Beauty Care: Study Riset Di Perusahaan Skincare Muslimah Beauty Care”*. (Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam). Vol. 4 No. 1.
- Fajri, Ilham. 2018. *“Strategi Peningkatan Penjualan Makanan Tradisional Sunda Melalui Daya Tarik Produk Wisata Kuliner di The Jayakarta Bandung Suite*

- Hotel & Spa*". (Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal). Vol. 8, No. 1.
- Gusrizaldi, Rogi dan Eka Komalasari. 2016. *Analisis Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Di Indrako Swalayan Teluk Kuatan*. (Jurnal Valuta). Vol. 2 No. 2.
- Huda, Nurul dkk. 2017. "*Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi*". Jakarta: Kencana.
- Irkhamiyati. 2017. "*Evaluasi Persiapan Perpustakaan Stiker 'Aisyah Yogyakarta Dalam Membangun Perpustakaan Digital*". (Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi), Vol. 13 No. 1.
- Ishak, Ach. Maulana dan Siti Ning Farida. 2021. "*Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Omset Penjualan Pada Kafe Tumbuh Kopi Surabaya*". (Jurnal Ilmu Computer Dan Bisnis). Vol. 12 No. 1.
- Kembuan, Precylia Cyindi dkk. 2014. "*Analisis Segmentasi, Targeting Dan Positioning Pembiayaan Mobil Pada PT. Adira Dinamikan Multifinance tbk Cabang Manado*". (Jurnal EMBA). Vol. 2 No. 3.
- Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. 2009. (Semarang: PT Karya Toha Putra Semarang)
- Kereh, Feibe Altje L. Tumbel dan Sjendry S.R. Loindong. 2018. "*Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Yamaha Mio Pada PT.. Hasjrat Abadi Outlet Yamaha Sam Ratulangi*". (Jurnal EMBA). Vol. 6 No. 2.
- Kumalasari, Shinta dan Rusdi Hidayat. 2021. "*Strategi Pemasaran Kosmetik Pada Toko Gajah Mada Untuk Meningkatkan Penjualan*". (Jurnal Syntax Transformation). Vol. 2 No. 5.
- Leli, Maisarah. 2019. *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Islam*. (Jurnal At-Tsyri'iy). Vol. 2 No. 1.
- Marimin, Agus Abdul Haris Romadhon, dan Tira Nur Fitria. 2016. "*Bisnis Multi Level Marketing (MLM) Dalam Pandangan Islam*". (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam). Vol. 2 No. 2.
- Mazuki. 2002. "*Metodologi Riset*". Yogyakarta: BPFE.

- Mubarok, Nurul dan Eriza Yolanda Maldina. 2017. "*Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan pada Butik Calista*". (I-Economic). Vol. 3 No. 1.
- Nofiar. 2017. "*Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Produk Perusahaan Studi Kasus Pada Pt. Global Haditech*". (Jurnal Pendidikan, Ekonomi Dan Bisnis). Vol. 1 No. 5.
- Nurhadi. 2019. "*Manajemen Strategi Pemasaran Bauran Perspektif Ekonomi Syariah*". (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam). Vol. 6 No. 2.
- Prihatta, Hajar Swara. 2018. "*Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam*". (Jurnal Hukum Bisnis Islam). Vol. 8 No. 1.
- Rangkuti, Freddy. 2009. "*Strategi Promosi Yang Kreatif*". Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rusdi, Moh. 2019. "*Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting UD. Berkah Jaya*". (Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis). Vol. 6 No. 2.
- S, Syafrizal Helmi dan Muslich Lufti. "*Analisis Data Untuk Riset Manajemen Dan Bisnis*". Medan: Usus Press.
- Sahla, Hilmiatus. 2019. "*Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam*". (Jurnal Pionir LPPM Universitas Asahan). Vol. 5 No. 2.
- Saktisyahputra,. 2019. "*Pemanfaatan Website WWW.Pulokambing.Com sebagai Media Rumah Kreatif Bersatu Nusantara (RKBN) Pulokambing Dalam Pemberdayaan Masyarakat*". (Jurnal Komunitas). Vol. 1 No. 2.
- Selang, Crhistian A.D. 2013. "*Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*". (Jurnal EMBA). Vol. 1 No. 3.
- Syafi'I, Imam. 2012. "*Fikih dan Ushul Fikih Ar-Risalah*". Jakarta: Pustaka Al-kautsar.

Wawancara langsung dengan Emma Ilana (selaku konsumen sekaligus mitra dari PT. Angkasa Wijaya Internasional) pada Selasa 26 April 2022 pukul 15.30 WIB

Wawancara langsung dengan Qurrota A'yun (selaku distributor sekaligus leader dari PT. Angkasa Wijaya Internasional) pada Selasa 15 Maret 2022 pukul 11.45 WIB

Wawancara langsung dengan Siti Fera Yudha Munawaroh (selaku distributor sekaligus leader dari PT. Angkasa Wijaya Internasional) pada Selasa 15 Februari 2022 pukul 10.30 WIB

Widharta, Willy Pratama dan Sugiharto. 2013. "*Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan Dalam rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai*". (Jurnal Manajemen Pemasaran Petra). vol. 2 No. 1.

Widjaya, Pieter Gunawan. 2017. "*Analisis Segmenting, Targeting, Positioning Dan Marketing Mix Pada PT. Murni Jaya*". (Agora), Vol. 5, No. 1.

Wilham, Muhammad Aditya dkk. 2020. "*Analisis Aspek Pemasaran Segmentation, Targeting, Brand Positioning dan Bauran Pemasaran Pada Coccoes Indonesia*". (Jurnal Ilmiah Nasional). Vol. 2 No. 1.

Yanuar, Masnia Mahardi Nurul Qomariyah dan Budi Santoso. 2017. "*Dampak Kualitas Produk Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Optik Marlin Cabang Jember*". (Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia). Vol. 3 No. 1.