

DAFTAR PUSTAKA

- A. A. Miftah dkk, 2020. *Budaya Bisnis Muslim Jambi dalam Perspektif Kearifan Lokal*, Malang: Ahlimedia Press,
- Adiwarman A. Karim, 2006. *Bank Islam*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada,
- Afiffatus Sholihah, “Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi (Studi Dekskriptif Kualitatif pada Produk Teh Thailand Pikameame di Yogyakarta)” (Skripsi—Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta),.
- Ahmad Mukri Aji, *Urgensi Masalah Mursalah Dalam Dialektika Pemikiran Hukum Islam*, (Bogor: Pustaka Pena Ilahi, 2012), 77. Lihat juga: Syarifah Gustiawati Mukri, “Langkah Strategis Optimalisasi Sistem Ekonomi Syariah,” *SALAM: Jurnal Sosial dan Budaya Syar-i*, Vol. 1, No. 1 (2014),.
- Al-A“raf, 7: 58.
- Al-Isra, 17:34.
- Amir. *Garis-Garis Besar Fiqh*. 2003. Jakarta: Kencana
- An-Nisa, 4: 29.
- Arda dan Andriany. (2018). *Effect of “Selebgram” on Interest of Buying Generation Z Users of Instagram Based on Gender Perspective*. ICEMAB.
- Ascara. *Akad Dan Produk Bank Syariah*. 2008 (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada),)
- Atmoko, Bambang Dwi. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Gramedia Pustaka Umum
- Aura Ramadhan dkk; (2020). “Fenomena Endorsement di Instagram Story pada Kalangan Selebgram”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.9 No.2,
- Bambang Waluyo. 2002. *Penelitian Hukum Dalam Praktek*. Jakarta : Sinar Grafika,
- Burhan Bungin. 2003. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Airlangga Inuversity Press,
- Dallal merupakan orang yang berprofesi sebagai penunjuk toko yang menjual barang tertentu di pasar kepada orang yang akan belanja
- Dini novita, Wawancara (Banjarmasin), 2 Agustus 2022)

- Dwi Swiknyo. 2010 *Kompilasi Tafsir Ayat-ayat Ekonomi Islam*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, cetakan 1.),
- Elfa Kumila Rahmi. (2020). *Perjanjian Review Barang Dalam Endorsement Di Kota Palangka Raya*. Palangkaraya : Skripsi Institut Agama Islam Negeri.
- Fatwa DSN NO.09/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Pembiayaan Ijarah. Lihat dalam *Himpunan Fatwa DSN untuk Lembaga Keuangan Syariah*, Edisi Pertama, DSN-MUI, BI, 2001,
- Frans Satriyo wicaksono. 2008. *Panduan Lengkap Membuat Surat-Surat Kontrak*, Jakarta: Visimedia,
- Hadits tentang Jual Beli Gharar dapat di lihat pada Imam Az-Zabidi, *Ringkasan Shahih Bukhari*, cet.2,
- Hendi Suhendi, 2002. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Rajawali Pers,
- Hendi Suhendi. 2010. *Fiqh Muamalah*. (Jakarta, Rajawali Pers,
- Hendi Suhendi. (2010) *Fiqh Muamalah*. (Jakarta : Raja Grafindo Persada,)
- HR. Muslim No. 102
- Husein Umar. 2014. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada,
- Irmadayanti, Wawancara (Banjarmasin, 10 Juli 2022).
- Islahuddin Daud dan M. Eko Fitrianto. (2015). *Peran Celebrity Endorsement Dalam Membentuk Perceive Value Dan Purchasing Intention* menyatakan bahwa celebrity endorsement *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* Vol.13 No.3 September 2015.
- Ivikuu, Wawancara (Banjarmasin, 1 Agustus 2022)
- Ivikuu, Wawancara (Banjarmasin, 20 Juli 2022).
- Jonathan Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu,
- Kementerian Agama Islam Wakaf, 1998. *Al Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta..
- Kotler, P., & Armstrong, 2019. *G. Dasar-dasar Pemasaran Jilid 1 (kesembilan ed.)*. Jakarta: Erlangga,
- M. Ali Hasan. (2003) *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*. (Raja Grafindo Persada, Jakarta,)

- Maharani dan Totoatmojo. (2011). *The Celebrity Endorser (Selebgram) Effect Toward Purchase Intention On Instagram Social Media*. 3rd AASIC: Sustainable Development of Asian Community.
- Mahmudatus Sa'adiyah. 2019. *Fiqih Muamalah II (Teori dan Praktik)*. Jawa Tengah: Unisnu Press,
- Miftakhul Laty Yuli Isforo. (2018). *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jasa Endorsement Di Media Sosial*. Skripsi. Purwokerto : Institut Agama Islam Negeri.
- Mukti Fajar & Yulianto Achmad. 2010. *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*. Yogyakarta, Pustaka Pelajar,
- Notoatmodjo, S. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Nur Maghfirah Aesthetika dan Nur Tita Kusdiyanti. (2020). *Persepsi Review Produk Make Up Melalui Beauty di Vlogger Youtube*. *Jurnal Ilmu Komunikasi* Vol 8.
- Nurdiana, Wawancara (Banjarmasin, 05 Juli 2022).
- P. Joko Subagyo. 2015. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta,2
- Pasal 20 ayat (8) *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*.
- Pratiwi Budi Utami, 2014. *Strategi Komunikasi pemasaran melalui endorsement pada online shop di Indonesia*. Tesis. Universitas Negeri Sultan Ageng Tirtayasa
- Rahmat Hidayat, (2022) "Buku Ajar Pengantar Fikih Muamalah", dalam <http://repository.uinsu.ac.id/8440/1/DIKTAT%20FIKIH%20MUAMALAH%20Rahmat%20H.pdf>,
- Rustam Magun Pikhulan. 2019. *Hukum Perikatan*. (Sulawesi Selatan: IAIN Parepare Nusantara Press,
- Saporso dan Dian Lestari, "Peranan endorsement terhadap brand image dari sudut pandang konsumen", (2009). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Vol. 9, No.3, Sepetember,
- Sayyid Sabiq, (2006) *Fikih Sunnah* jilid 4, (Jakarta : Pena Ilmu dan Amal),
- Sayyid Sabiq, (2006) *Fiqih Sunnah* 13, Pena Pundi Aksara, Jakarta,
- Sri Nurhayati dan Wasilah, (2013) *Akuntansi Syariah Di Indonesia Edisi 3*, Jakarta: Salemba Empat,

STIBA Makasar, “Portal Hadis STIBA Makasar”, dalam <http://hadits.stiba.net/?type=hadits&no=2237&imam=ibnumajah>. Diakses Pada Tanggal 23 Februari 2023

Sugiono. 2010. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta

Syamsul Anwar, Hukum Perjanjian Syariah (Studi tentang Teori Akad dalam Fikih Muamalat),

Tadlis adalah salah satu bentuk penipuan dalam berdagang, merupakan bentuk ketidakjujuran seorang pedagang dalam menjalankan usahanya. Tadlis ini bisa terjadi dalam empat hal, yakni, kuantitas (jumlah), kualitas (mutu), harga, dan waktu penyerahan.

Tajun Nashr, “Konsep Promosi Produk menurut Perspektif Hukum Islam,” dalam <https://www.rumahfiqih.com/y.php?id=473>, Diakses pada tanggal 8 agustus 2022

Tajun Nashr, “Konsep Promosi Produk menurut Perspektif Hukum Islam

Tholib Alawi. (2017). Aspek Tadlis Pada Sistem Jual Beli: Analisis pada Praktik Jual Beli Pulsa Listrik (Token) Prabayar. Jurnal Baabu Al-Ilmi Vol.2 No.1

Tsang, Alex S.L., & Prendergast, Gerard,. (2009). Is a “star” worth a thousand words?: The interplay between product-review texts and rating valences.43 (11/12). European Journal of Marketing, Hongkong.

YusufAl-Qardawi. 72017. Kaidah Utama Fikih Muamalat, terj. Ferdian Hasmand. Jakarta: Pustaka Al-Kaustar,