

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Aida Ismi Aulia. "Institutional Repository UIN Syarif Hidayatullah Jakarta: Hukum bermuamalah melalui media sosial (studi analisis Fatwa MAJELIS ULAMA INDONESIA Nomor 24 tahun 2017)." Diakses 29 November 2023. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/42147>.
- Amboningtyas, Dheasey, dan Leonardo Budi Hasiholan. "The Influence of Selebgram as Celebrity *Endorsement* and Product Quality on Purchase Decisions Moderated with Brand Image." *Enrichment: Journal of Management* 13, no. 1 (13 April 2023): 174–85. <https://doi.org/10.35335/enrichment.v13i1.1229>.
- Anggara Badra Laksana. "Tinjauan hukum Islam terhadap strategi pemasaran dengan sistem *endorsement* - Walisongo Repository." Diakses 14 Maret 2023. <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/17310/>.
- Anisyah, Anggriyani, dan Rachmat Rizqy Kurniawan. "Endorsement Dalam Perspektif Fiqh Kontemporer," 2023.
- Enceng Iip Syaripudin, Tiara laili Ahad. "Analisis Hukum Islam Tentang Akad Endorsment," 2022. www.journal.stau-mussaddadiyah.ac.id.
- Erdogan, B. Zafer, dan Tanya Drollinger. "Endorsement Practice: How Agencies Select Spokespeople." *Journal of Advertising Research - JAR* 48 (1 Desember 2008). <https://doi.org/10.2501/S0021849908080549>.
- Fatriansyah, Alif Ilham Akbar. "Bisnis Jual Beli Online Dalam Perspektif Islam." *Al Yasini: Jurnal Keislaman, Sosial, hukum dan Pendidikan* 5, no. 1 (21 Mei 2020): 57–68.
- Febriani, Nadia. "Efektivitas strategi komunikasi pemasaran celebrity *endorsement* di Instagram terhadap generasi Z." *Jurnal Manajemen Komunikasi* 5, no. 2 (30 April 2021): 238. <https://doi.org/10.24198/jmk.v5i2.27682>.
- Felicia Neva Ayuningtyas. "Strategi Promosi *Endorsement* Oleh Digital Influencer Dalam Etika Bisnis Islam," t.t. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/14643>.
- Fitri, Lisma. "Hukum *Endorsement* Produk Yang Dilarang Secara Syar'i Pada Instagram Menurut Fatwa MAJELIS ULAMA INDONESIA NO. 24 Tahun 2017 (Studi Kasus Di Desa Marindal I Kabupaten Deli Serdang)," 2019.
- Hantono, Dedi, dan Diananta Pramitasari. "Aspek Perilaku Manusia Sebagai Makhluk Individu dan Sosial Pada Ruang Terbuka Publik." *Nature: National Academic Journal of Architecture* 5, no. 2 (28 Desember 2018): 85. <https://doi.org/10.24252/nature.v5i2a1>.
- Hidayatullah, Muhammad Syarif. "Dakwah Digital menggunakan Media Instagram (Kajian Ekonomi Islam pada Akun@ ruanghalal)." *An-Nuha: Jurnal Kajian Islam, Pendidikan, Budaya dan Sosial* 7, no. 2 (2020): 147–72.
- Hidayatullah, Muhammad Syarif, dan Tri Hidayati. "Analisis hadits akad ijarah, ijarah muntahiyah bittamlik dan ijarah maushufah fi dzimmah (telaah fatwa

- DSN-MAJELIS ULAMA INDONESIA).” *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2021): 197–214.
- Isrofo. “Rate Card Pada Kerjasama *Endorsement* Di Media Sosial Perspektif Hukum Islam - ProQuest.” Diakses 31 Januari 2024. <https://www.proquest.com/openview/fcbb64d3e8146db19256e68dd5e0a5d0/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>.
- Khatri, Dr Puja. “Celebrity *Endorsement* : A Strategic Promotion Perspective,” 2006.
- Magdalena, Ina, Tini Sundari, Silvi Nurkamilah, Nasrullah Nasrullah, dan Dinda Ayu Amalia. “Analisis Bahan Ajar.” *NUSANTARA* 2, no. 2 (30 Juli 2020): 311–26. <https://doi.org/10.36088/nusantara.v2i2.828>.
- Mubarok, Dadan Abdul Aziz. “Pengaruh Celebrity *Endorsement* Terhadap Minat Beli Konsumen.” *Jurnal Indonesia Membangun* 15, no. 3 (29 Desember 2016): 1–16.
- Pratami, Rosa Eza, dan Mohammad Hasan Bisyrri. “Praktik *Endorsement* Di Instagram dalam Prespektif Hukum Islam.” *el hisbah: Journal of Islamic Economic Law* 3, no. 1 (9 Mei 2023). <https://doi.org/10.28918/v3i1.933>.
- Purnama, Kendy Maharijaya, Hatane Samuel, dan Jl Siwalankerto. “Pengaruh Celebrity *Endorsement* Credibility Terhadap Consumer Based Brand Equity dan Brand Credibility Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Pengiriman Logistic J&T Express,” t.t.
- Rejeki, Dessy Sri, Lieta Dwi Noviant, dan Laila Qadariah. “Peran Selebgram (Selebriti Instagram) Terhadap Minat Beli Konsumen,” t.t.
- Riadhus Sholihin dan Shofia Nurul Husna. “Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Praktik *Endorsement* Skincare Di Banda Aceh.” *Al-Mudharabah: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 4, no. 1 (20 Juni 2022): 69–80. <https://doi.org/10.22373/al-mudharabah.v4i1.2023>.
- Rozanandi, Feraldo Akbar, dan Haris Maupa. “Kerja Sama *Endorsement* Selebriti Media Sosial Untuk Meningkatkan Popularitas Merek Usaha Industri Horeka (Hotel, Restoran, Kafe) Selama Pandemi Covid-19.” *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan* 7, no. 1 (29 Januari 2023): 15–25. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v7i1.22466>.
- Samsu. “Metode Penelitian:(Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development).” Pusaka Jambi, 2021. <https://scholar.google.com/scholar?cluster=10654304763095862165&hl=en&oi=scholar>.
- Syahputra, Rizki. “Strategi Pemasaran Dalam Al-Quran Tentang Promosi Penjualan.” *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen)* 6, no. 2 (16 September 2019): 83–88. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.8>.
- Syeimim, Melselya Dzihan. “Pengaruh Celebgram (celebrity endorser instagram) terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Media Sosial Instagram di Kota Banjarmasin.” *Ekonomi dan Bisnis Islam*, 21 Maret 2019. <https://idr.uin-antasari.ac.id/11585/>.
- Zafar, Qurat-Ul-Ain, dan Mahira Rafique. “Impact of Celebrity Advertisement on Customers’ Brand Perception and Purchase Intention” 1, no. 11 (t.t.).

Zipporah, Mwendwa Mildred, dan Hellen K. Mberia. "The Effects OF Celebrity *Endorsement* in Advertisements." *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences* 3, no. 5 (4 November 2014): Pages 178-188. <https://doi.org/10.6007/IJAREMS/v3-i5/1250>.

Website

- "BPS Kota Banjarmasin." Diakses 25 Desember 2023. <https://banjarmasinkota.bps.go.id/indicator/5/153/1/rata-rata-konsumsi-per-kapita-per-bulan-makanan-rp-.html>.
- Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor : 24 Tahun 2017 Tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial (t.t.).
- IslamicFinder. "Hadith 2110 of the book of sales (bargains) by sahih al bukhari." IslamicFinder. Diakses 24 Mei 2023. <https://www.islamicfinder.org/hadith/bukhari/sales-bargains/2110/?language=id>.
- "Qur'an Kemenag." Diakses 26 Januari 2024. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/4?from=29&to=176>.
- "Qur'an Kemenag." Diakses 31 Januari 2024. <https://quran.kemenag.go.id/>.
- "Surat Al-Ahzab Ayat 70 | Tafsirq.com." Diakses 6 Desember 2023. <https://tafsirq.com/33-al-ahzab/ayat-70>.

Buku

- Dr. Etta Mamang Sangadji, M. Si. , Dr. Sopiah, MM., M.Pd. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta, 2013.
- Dr. H. Fahrudin Sukarno, MHI. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, 2013.
- Dr. Muljadi, M.M. *Etika dan Komonikasi Bisnis Islam*, 2019.
- Drs. Danang Sunyoto., S.H., S.E., M.M. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta, 2015.
- Nurul Huda, Kamim Hudori, Rizal Fahlevi, Badrussa'diyah, Dea Mazaya, Dian Sugiarti. *Pemasaran Syariah Teori dan Aaplikasi*, Oktober 20017.

Skripsi

- Ervina. "Efektavitas Celebrity *Endorsement* Sebsgai Media Iklan Pada Sosial Media Instagram (Studi pada Mahasiswa KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry)," 2018.
- Febri Ramadhana Ardiyanto. "Pertanggungjawaban Pidana Celebrity *Endorsement* Dan Pedagang Online Dalam Praktik *Endorsement* Bermuatan Kebohongan Di Instagram," 2019. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/17604>.
- Khilyatul Ma'wa. "Analisis Yuridis Keabsahan Perjanjian Endosement Melalui Media Chatting Ditinjau Dari Perspektif Hukum Islam." Skripsi, IAIN Tulungagung, 2021. <http://repo.uinsatu.ac.id/22871/>.

- Nafis Muzaiyanah. "Pengaruh *Endorsement* Pada Akun Instagram @fadiljaidi Terhadap Tingkat Ketertarikan dan Minat Beli Produk Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Tahun 2019 Institut Agama Islam Ponorogo," 2022.
- Nurl Isfari. "Analisis Peran Industri Media Digital Menjadikan Influencer Sebagai Enterpreneurs Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Generasi Millenial Selebgram dan Youtuber di Indonesia)," 2019.
- Nurul Safitri. "*Endorsement* Sebagai Trend Media Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Masyarakat Kota Banda Aceh Sebagai Pengguna Produk Wardah Kosmetik)." Skripsi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2020. <http://library.ar-raniry.ac.id>.
- Rizka. "Peranan Selebgram *Endorsement* Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Melalui Media Sosial Instagram Pada Mahasiswi Politeknik Pariwisata Makasar," 2019.
- Solehah, Erma. "Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap *endorsement* sebagai media pemasaran melalui instagram." UIN Sunan Gung Djati Bandung, 2020.