

DAFTAR PUSTAKA

- QS. An-Nisa: 29
- QS. Al-Baqarah: 275
- QS. Al-Baqarah: 282
- A. Shimp Terence. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid Edisi 5. Jakarta: Erlangga, 2003.
- Abdillah Abu Muhammad bin Ahmad bin Abdul Hadi Al-Maqdisi. *Ensiklopedia Hadits-Hadits Hukum*. Jakarta: Darus Sunnah, 2013.
- Abdullah, Boedi dan Saebani, Beni Ahmad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016.
- Adhisti, Wulandari Pontynindya Hyang. “Perjanjian Tidak Tertulis dalam *Endorsement* antara *Online Shop* Alstuff Malang dengan Selebgram Perspektif Hukum Islam”. *Diss*, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2019.
- Al Arif M.Nur Rianto. “Penjualan Online Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Ijtihad, Jurnal Wacana Hukum Islam dan Kemanusiaan*, Volume 23, No.1.
- Al-Jaziriy Abdur Rahman. *Kitab al-Fiqh ‘Ala Mazahib al-Arba’ah*. Beirut: Dar al-Fikr, 1996.
- Al-Kamili, Muhammad. “Hukum Iklan: Sebuah Tinjauan Syariah” <https://almanhaj.or.id/2637-hukum-iklan-sebuah-tinjauan-syariah.html>
Diakses 22 Juni 2020.
- Asy-Sarbani al-Khabib. *Mughni Al-Muktaz*, Beirut Dar Al-Fikr, 1978.
- Azhim Abdul bin Badawi al_Khalafi. “*al-Wajiz fi al-sunnah wa al-Kitab al-Aziz*”, diterjemahkan Ma’ruf Abdul Jalil, *al_Wajiz*, Jakarta: Pustaka as-Sunnah, 2007.
- Bashir Ahmad Azhar. *Asas-Asas Hukum Muamalat (Hukum Perdata Islam)*. Yogyakarta: UII Press, 2000.
- Darmin, Sudarwan. *Menjadi Peneliti Data Kualitatif*, Bandung: CV Pustaka Seta, 2002.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, Bandung: CV. Diponegoro.

- Dimyauddun Djuwaini. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Ponorogo: Pustaka Pelajar, 2008.
- Febian Glinka Lazini, “Analisis Media Sosial Influencer Kategori Artis dan Selebgram Pada Akun *Instagram* Twinnieyshop Sebagai Strategi Promosi”. (Thesis. Universitas Bakrie, 2019).
- Feri Sulianta. *Terobosan Berjualan Online ala Dropshipping*, Yogyakarta: Andi, 2014.
- Fitria Tira Nur. “Bisnis Jual Beli Online Dalam Hukum Islam dan Hukum Keluarga”. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, volume 03 Nomor 01, Maret 2017, Tulungagung: STEI-AAS Surakarta.
- Ghazaly Abd. Rahman. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Prenada Media Group, 2006.
- Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif : Teori dan Praktek*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2015.
- Hadi Purnomo. *Jualan Online Tanpa Repot Dengan Dropshipping*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012.
- Ikhsan Ghufron. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Kencana Pranadya Group, 2015.
- Jaenal Arifin dan Fahmi M. Ahmadi, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta: Lembaga Penelitian UIN Syarif Hidayatullah, 2010.
- K. Lubis Suharwadi. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika, 2000.
- Karim Adiarman. *Ekonomi Islam: Suatu Kajian Kontemporer*. Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, Laporan Tahunan Kemkoinfo 2015, hal 40
- Khosyi'ah Siah. *Fiqh Muamalah Perbandingan*. Bandung : Pustaka Setia, 2014.
- Lestari, Desti Putri, “Analisis Strategi Internet Marketing Butik Online di Surabaya Melalui *Instagram*.” *Commonline Departement Komunikasi* 4:2 (2015): 412-424.
- M. Royan Frans. *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2005.
- Mertokusumo Sudikno, *Mengenal Hukum (Suatu Pengantar)*, Yogyakarta: Liberti, 1086.

- Miru Ahmadi dan Sakka Pati, *Hukum Perikatan (Penjelasan Makna Pasal 1233 Sampai 1456 BW)*, Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Muhammad Abdulkadir, *Hukum Perikatan*, Bandung: Citra Aditya Bhakti, 1990.
- Muhammad Azzam Abdul Aziz. *Fiqh Muamalat (Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam)*. Jakarta: Amzah, 2010.
- Muhammad Mahmudah Mulia. “Transaksi E-Commerce Dalam Ekonomi Syariah,” *Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar* 2:1 (2020): 83:84.
- Muhammad. *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syari'ah*. Yogyakarta: AMPYPMK, 2002.
- Mulyo, Priyo Dari. “Endorser sebagai Affirmative Action dalam Komunikasi Bisnis.”, *Faculty of Social and Political Science University of Merdeka Malang* 2: 2 (Oktober 2016): 1-13.
- Mumtaz, Selian Farah. 2018. “Perjanjian Baku dalam *Endorsement* di Media Sosial *Instagram*.” *Thesis*, Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018).
- Murti, Baskoro Ndaru. “Analisis Pengaruh Iklan dan *Celebrity Endorser* Terhadap Citra Merek dalam Meningkatkan Minat Beli pada Produk Sepatu Olah Raga Adidas.” *Skripsi*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, 2014.
- Muslich, Ahmad. *Fikih Muamalah*. Jakarta: Amzah, 2010.
- Mustofa Imam Mustofa. *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Jakarta : Rajawali Pers, 2016.
- Mustofa Imam. *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Yogyakarta: Kaukaba Dipantara, 2014.
- Muttaqin Azhar. *Transaksi E-commerce Dalam Tinjauan Hukum Islam*. Malang: Ip. Universitas Muhammadiyah, 2009.
- Nadzir, Mohammad. *Metode Penelitian*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005.
- Novalina Gan Jennifer, et al. Pengaruh *Endorser* Non-Selebriti Terhadap Brand Image, Brand Trust dan Minat Beli Konsumen Pada Media Sosial *Instagram* (Studi Kasus Produk Allure Vanilla Green Tea Latte). 2017.
- Pasaribu Chairuman. *Hukum Perjanjian dalam Islam*. Jakarta: Sinar Grafika, 1994).

- Pekelharing Liana T. *A Comprative Impact of Celebrity Social Media and Print Endorsement on Consumer Perceptions*. Amsterdam: Uviversity of Amsterdam, 2012.
- Prodjodikoro Wirdjono, *Azas-Azas Hukum Perjanjian*, Bandung: CV. Mandar Maju, 2000.
- QS. Yusuf:20.
- Ramadhan Muhammad Taufiq. *al-Buyu' al-Syai'ah wa Astaru Dhawabith al-Mabi' 'ala Syar'iyatiha*. Damaskus: Dal al-Fikr, 1998.
- Sabiq Sayyid. *Fikih Sunnah*, Diterjemahkan oleh Kamaluddin A Marzuki, jilid 12. Bandung: al-Ma' Arif, 1996.
- Shobahussurur. Hadi Mulyono. *Falsafah dsn Hikmah Hukum Islam*. Semarang: CV. Adhi Grafika, 1992.
- Subekti, *Hukum Perjanjian*, Jakarta: PT Intermasa, 1990.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Surakhmad, Winarno. *Pengantar Penelitian Ilmiah*, Bandung: Tarsito, 1990.
- Sutisna. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003.
- Syafe'i Rachmat. *Fiqh Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia, 2006.
- Syarifuddin Amir. *Garis-Garis Besar Fiqh*, Jakarta: Kencana, 2003.
- Tim PT. Saint Technologies Indonesia. *Menuju Perdagangan Komoditi Online: Firadings sebagai Software Pendukung Perdagangan Komoditi Online*. Jakarta: Pustaka El-Syarif, 2011.
- Tirmidzi, Erwandi. *Harta Haram Muamalat Kontemporer*, Bogor: PT Berkah Mulia Insani, 2016.
- Utami, Pratiwi Budi. "Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui *Endorsement* pada *Online Shop* di Indonesia." *Tesis*, Universitas Negeri Sultan Ageng Tirtayasa, 2014.
- W Purbo Onno dan Anang Arief Wahyudi. *Mengenal e-commerce*. Jakarta: Alex Media Computendo, 2000.
- Wong Jony. *Internet Marketing for The Beginer*. Jakarta: Kompas Gramedia, 2010.

Yuli Isforo, Miftakhul Laty. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jasa Endorser di Media Sosial, Skripsi*, IAIN Purwokerto, 2018.

Zuriah, Nurul. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan : Teori – Aplikasi*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006.

Hadi Feryanto. “Transaksi *e-commerce* di Indonesia pada 2016 Mencapai 4,89 Miliar Dolar AS”, dalam <http://www.tribunnews.com/2017/02/20/transaksi-e-commerce-di-indonesia-pada-2016-mencapai-489-miliar-dolar-as> diakses pada 9 Desember 2020 pukul 15:44 WIB

<http://www.spengetahuan.com/2017/07/pengertian-logo-fungsi-logo-jenis-logo-aspek-logo-terlengkap.html> (diakses pada tanggal 23 Januari 2021 pukul 20:53).

<https://tafsirq.com/hadits/nasai/4391> diakses pada tanggal 26 November 2020 pukul 22:10 WIB

<https://tafsirweb.com/1041-surat-al-baqarah-ayat-275.html> diakses pada tanggal 26 November 2020 pukul 21:44 WIB

<https://tafsirweb.com/1048-quran-surat-al-baqarah-ayat-282.html> diakses pada tanggal 26 November 2020 pukul 22:00 WIB

<https://www.hadits.id/hadits/muslim/2970> diakses pada 26 November 2020 pukul 22:30 WIB

