

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur`an.

Abedn Ego, Felecia. "Analisis Pemilihan Social Media *Influencer* Pada Instagram Terhadap Perilaku Konsumen". *Jurnal Riset Bisnis*, Vol. 5, 2021.

Ankaniscara, Palagan. "Analisis Pengaruh *influencer endorsment* pada *brand image* terhadap keputusan pembelian". Tesis di Universitas Indonesia Jakarta, 2014.

Arifin, Muhammad. *Panduan Praktis Fikih Perniagaan Islam*. Jakarta: Darul Haq, 2015.

Arifin, Mahmudi bin Syamsul. "*Endorsment* Dalam Prespektif Islam". Tesis di UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018.

Arikunto, Suharsini. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006.

Atabik, Ahmad. *Tafsir Surah Yasin Metode Mudah Memahami Kandungan "Hati al-Qur`an"*. Yogyakarta: Idea Prees, 2017.

`Āshūr, Muhammad Tāhrīr Ibn. *Al-Tāhrīr wa Al-Tanwīl*. Vol. 1. Tunis: Dār al-Tunisiyah, tt.h.

Ashūr, Muhammad Tahrīr Ibn. *Tafsīr al-Tahrīr wa Al-Tanwīl*, Vol. 9. t.tp.: Dar Sahnūn li al-Tauzī`, t.th.

Asikin, Amiruddin Dan Zainal. *Pengantar Metode Dan Penelitian Hukum*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.

Baidan, Nasruddin. *Metodologi Penafsiran Al-Qur`an*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.

Baidan, Nashruddin. *Tafsir bi al-Ra`yi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999.

Barry (al), M. Dahlan. *Kamus Ilmiah Populer*. Surabaya: Arkola, 2020.

Bukhārī (al), Muhammad bin Ismail. *Ṣaḥīḥ al-Bukhārī*, Vol. 1. Beirut: Dār al-Kotob al-ilmiah, 2022.

Bramantya, Yan Bayu. "Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx di Kota Denpasar". *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No. 3, 2016.

Dd, Sarjono. *Panduan Penulisan Skripsi*. Yogyakarta: Jurusan Pendidikan Agama Islam, 2008.

Dkk, Shaleh. *Asbāb Al- Nuzūl*. Bandung: Diponegoro, 2007.

Djazuli, A. *Kaidah-Kaidah Fikih*. Jakarta: Prenada Media Group, 2007.

Djuani, Dimayuddin. *Pengantar Fiqh Muāmalah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.

Fahmi, Muhammad Nurul. "*Endorse Dan Paid Promote* Instagram Dalam Prespektif Hukum Islam". *An-Nawa*, Vol. XXII, 2018.

Fathonah, Umi. "Analisis Hukum Islam Dan Fatwa Mui Nomor 24 Tahun 2017 Tentang Hukum Dan Pedoman Bermuāmalah Melalui Media Sosial Terhadap *Endorsment* Produk Skincare Di Derma Skincare Beauty". Skripsi di UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020

Faulina, Ade "Fenomena *Online Shopping* sebagai Gaya Hidup dan Strategi Pemberdayaan Ekonomi Umat Islam di Masa Pandemi Covid 19". *Tathwir*, Vol. 12, No. 1, 2021

Fārmawī (al), Abd al-Hayy. *Metode Tafsir Maudū'i*. terj. Suryan A. Jamran. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1996.

Fauzān (al), Ṣalih bin Fauzān bin Abdullah. *Al-Mulakkash fi Sharh Kitāb at-Tauhīd*. Riyāḍ: Dār al-Āṣimah, 2001.

Fauziah. "Perilaku Komunitas Muslim Dalam Mengonsumsi Produk Halal Di Provinsi Bali". *Harmoni*, Vol. 11, (2012).

Firdaus, Irkham. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jasa *Endorser* di Media Sosial". *At-Tasyri*, Vol. 3, No. 2, 2003.

Fitri, Lisma. "Hukum *Endorsment* Produk Yang Dilarang Secara Syar'i Pada Instagram Menurut Fatwa MUI NO. 24 Tahun 2017 Studi Kasus Di Desa Marindal 1 Kabupaten Deli Serdang". Skripsi di UIN Sumatera Utara, 2019.

Haidayati, Fitri. “*Endorsment* Sebagai Alat Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Prespektif Hukum Ekonomi Syariah”. *Az-Zahra*. Vol. 8, No. 4, 2024.

Ḥajjāj (al), Muṣlīm bin Ṣaḥīḥ *Muṣlīm*. Vol. 2. Beirut: Dār al-Kotob al-Ilmiyah, 2013.

Hartati, Ambaryati. *Endorsment* Sebagai Strategi Pemasaran Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam”. Skripsi di IAIN Metro, 2019.

Harto, Budi. *Social Media Marketing*, (PT Global Eksekutif Teknologi, 2023).

Haidayati, Fitri. “*Endorsment* Sebagai Alat Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Prespektif Hukum Ekonomi Syariah”. *Az-Zahra*. Vol. 8, No. 4, 2024

Hidayanti, Nur Fitri. “Fenomena *Endorsment* terhadap Etika Bisnis Islam”. *Journal of Sharia Economy and Islam Tourism*, Vol. 5, No. 1, 2024.

Huang, Fransisca Purnama dan Rico. *Jago Jualan di Instagram*. Jakarta: PT Alone Indonesia Raya, 2015.

Ḥusaini (al). *Kifāyatul al-Akhyār*. Beirut: Dār al-Masruq, 1973.

Ibrahim, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2015.

Ichwan, Muhammad Nor. *Tafsir Ilmiy: Memahami al-Qur`an Melalui Pendekatan Sains Modern*. Jogjakarta: Menara Kudus Jogja, 2004.

Infosky. “Kunci Sukses Bisnis”, dalam <http://infosky.wordpress.com/2008/04/11/Kunci-Sukses-Bisnis>. Diakses pada 5 Januari 2017.

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

Jafri, Syafi. *Fiqih Muāmalah*. Pekanbaru: Suska Press, 2008.

Jamaluddin. “Transaksi Jual Beli Amanah dan Mu’tadah dalam Fikih *Muāmalah* Maliyah dan Hukum Islam”. *At-Tanwil*, Vol. 4, No. 2, 2022.

Jāwī (al), Muhammad Nāwawī. *Tāfsir an-Nawāwī*, Vol. 2. Beirut: Dār al-Khotob al-Ilmiyah, 1971.

Junaedi, Didi. “Mengenal Lebih Dekat Metode Tafsir *Maudhū’ī*”. *Diya Al-Afkar*, Vol. 4 No. 01, 2016.

- Katsīr, Ibnu. *Tafsīr al-Qur`ān al-Adzīm*, Vol.1. Beirut: Dār Ibnu Khazm, 2000.
- Kementrian Agama RI, *Al-Qur`an dan Tafsirnya* (Jakarta: PT. Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), 1996
- Kusnawan, *Komunikasi dan Penyiaran Islam Mengembangkan Tabligh*. Jakarta: Kencana, 2006.
- Khāzin (al). *Lubāb al-Takwīl fī Ma'āni at-Tanzīl*. Beirut: Dār al-Kairo: Dār al-Kutub al-Misriyah, 1964.
- Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2011.
- Maladi, Yasir. "Makna Dan Manfaat Tafsir *Maudhū`ī*". Skripsi di UIN Sunan Gunung Djati Bandung. 2021.
- Malik, Abdul Malik. *Fiqh Ekonomi Qur`ani An-Nisa 29*. Yogyakarta: Pustaka Pranala, 2019.
- Manār (al), Rashīd Ridā. *Tafsīr Al-* Vol 5. Mesir: al-Hai`ah al-Misriyyah al-`Ammāh al-Kitāb, 1990.
- Manzūr, Ibn. *Lisān al-`Arab*, Vol. 5. Beirut: Dār ṣādir, 1990.
- Maraghi (al), Ahmad Mustafa. *Tafsīr al-Maraghi*, Vol. 15. T.th: Darul al-Kutub, 1946.
- Marbawī (al), Muhammad Idrīs. *Kamus al-Marbawī*. Mesir: Mustāfa al-Bābī al- Ḥalabī, 1350.
- Marwini, *Meneladani Bisnis Ala Rasulullah*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka, 2022.
- Marzuki, Khoiron. *Metode Penafsiran Al-Qur`an*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2002.
- Masruron, Muhammad. "Endorsment Sebagai Marketing On Social Media". *Al-Rasyad*, Vol. 1, 2022.
- Ma`lūf, Louīs. *Al-Munjid fī al-Lughah*. Beirut: Dār al-Mashruq, 1973.
- Mubarok, Dadan Abdul Aziz. "Pengaruh *Celebrity Endorsment* terhadap Minat Beli Konsumen". *Jurnal Indonesia Membangun*, Vol. 15, No. 3, 2016.
- Muna, Nailil. "Metode Tafsir Maudhu`i Studi komparatif antara Muhammad Al-Ghazālī dan Abd Hayy al- al-Farmāwī ". *Al-Itqan*, Vol. 4 No. 2, 2018.

- Muyasaroh, Lailia. "Metode Tafsir *maudhū`ī*. Prespektif Komparatif". *Jurnal Studi Ilmu-Ilmu al-Qur`an dan Hadis*, Vol. 18, No. 2, 2017.
- Munawwir, Ahmad Warson. *Kamus Al-Munawwir Arab Indonesia*. Surabaya: Pustaka Progesif, 1997.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kulitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016.
- Muhammad, Su'aib H. *Tafsir Tematik: Konsep Alat Bantu Dan Contoh Penerapannya*. Malang: UIN Maliki Press, 2013.
- Musa, Kamil. *Ensiklopedia Halal Haram dalam Makanan Minuman*. Solo: Ziyad Book, 2014.
- Muslim, Mustafa. *Mabāhis fī al-Tafsīr al-Maudū'ī*. Damaskus: Dār al-Qalam, 2000.
- Moeliono, Anton M. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1989.
- Meyrizka, Putri Meyrizka. "Endorsment terhadap Etika Bisnis Islam". *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol. 8, No. 3, 2004.
- Natsir, M. *Dakwah dan Pemikirannya*, Vol 1. Jakarta: Gema Insani Press, 1999.
- Novpintriwasih, Zha Zha. "Tinjauan Fiqh *Muāmalah* Terhadap Strategi Pemasaran Pada Pelaksanaan Jasa *Endorsment* Produk Kecantikan Di Media Sosial". Skripsi di UIN Suska Riau, 2021.
- Qanita, Rafifah. "Nilai-Nilai Pendidikan Jujur dalam Gagasan *Muāmalah*". *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam*, Vol. 2, No. 1, 2024.
- Qathān (al), Manna`. *Mabāhis fī `Ulum al-Qur`ān*. Kairo: Maktabah Wahbah, tth.
- Qutb, Sayyīd. *Fī Dīlāl al-Qur`ān*. Beirut: Dār al-Shurūq, 1992.
- Qordhowi, Yusuf. *Berinteraksi Dengan Al-Qur`an*, terj. Abdul Hayyie Al-Kattani. Jakarta: Gema Insani, 1999.
- Qurtubī (al). *Al- Al-Jāmi` li Ahkām Al-Qur`ān*, Vol. 13. t.th: Mu`asasah al-Risalah, 2006.
- Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1985.

- RADEN, Tim Forum Karya Ilmiah. *Al-Qur'an Kita: Studi Ilmu, Sejarah, dan Tafsir Kalamullah*. Kediri: Lirboyo Prees, 2013.
- Rahmi, Elfa Kumila. "Perjanjian Review Barang Dalam Endorsment Di Kota Palangka Raya". Skripsi di IAIN Palangka Raya, 2020.
- Rāzī (al), Abu al-Ḥusain Aḥmad ibn Fāris ibn Zakariyā. *Mu'jam Maqayyīs al-Lughah*, Vol 1. Beirut: Dār al-Ilmiyah, 1971.
- Risna. "Pengaruh Periklanan, *Celebriti Endorser* dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunslik Hijab pada Mahasiswa Universitas Muhammdiyah Palapo". *Jesya*, Vol. 4, No. 1, 2021.
- Safitri, Nurul. "*Endorsment* Sebagai Media Pemasaran Perspektif Ekonomi Islam". Skripsi di Universitas Negeri Sultan Agung Tirtayasa, 2020.
- Sahabuddin. *Ensiklopedia Al-Qur'an: Kajian Kosakata*. Jakarta: Lentera Hati, 2007.
- Saparo, "Peranan *Endorser* Terhadap *Brand Image* dari Sudut Pandang Konsumen". *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Vol. 9, No. 3, 2009.
- Saputra, Andi. "Analisis Produk Halal Dalam Upaya Perlindungan Konsumen Muslim". *Jimesha*, Vol 1, 2021.
- Sholihin, Riadhus. "Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Praktik *Endorsment* Skincare Di Banda Aceh". *Al-Mudharabah*, Vol. 4, 2022.
- Shihab, M. Quraish. *Membumikan Al-Qur'an Fungsi Wahyu Dalam Kehidupan Masyarakat*. Bandung: Mizan 1994.
- Shihab, M. Quraish. *Wawasan al-Qur'an Tafsir Tematik Atas Berbagai Persoalan Umat*. Bandung: Mizan Pustaka, 1996.
- Sudirman. "Corak dan Metode Penafsiran al-Qur'an". *Jurnal El-Qudwah*, 2007.
- Suryadilaga, M. Alfatih. *Metodologi Ilmu Tafsir*. Yogyakarta: Teras, 2010.
- Suryaningtiyas, Adhiva Nurul Amalia. "Praktik *Endorsment* oleh *Influencer* Tiktok Prespektif Akad Ijarah dan Fatwa MUI No 24 Tahun 2017 Tentang Hukum dan Pedoman Bermuāmalah Melalui Media Sosial". *Jurnal Bisnis Islam*, Vol. 12, No. 1, 2022.

- Suyūfī (as), Jalāluddīn. *Tafsir Jalālāin*. Vol. 2. Bairut: Dār al-Kutub al-Ilmiyah, 2003.
- Syahputra, Angga. "Praktik *Gharar* pada *Endorsment* Produk di Media Sosial Instagram". *Al-Mustasfha*, Vol. 5, No. 2, 2020.
- Syakur, Syahriral. Pertanggungjawaban Pidana oleh Pemilik Manfaat (Beneficial Owner) sebagai Pelaku Pencucian Uang dan Kejahatan Lainnya dalam Perseroan Terbatas. *Jurnal AML/CFT*, Vol.1, No.1, 2022.
- Syukkur, Abdul. "Metode Tafsir al-Qur'an Komprehensif Prespektif Abdul Hay al-Farmāwī ". *El- Furqania*, Vol. 06, No. 01, 2020.
- Ṭabarī (al). *Jāmi` al-Bayān an Ta`wīl ayyi al-Qur`ān*. Vol I. Kairo: Dār Ḥijr, 2001.
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008.
- Utami, Pratiwi Budi Utami. "Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui *Endorsment* Pada *Online Shop* di Indonesia". Tesis di Universitas Negeri Sultan Agung Tirtayasa, 2014.
- Wahidī (al), Alī bin Muhammad. *Asbāb al-Nuzūl al-Qur`ān*. Beirut: Dār al-Qutub al-Ilmiyyah, 1990.
- Wahid, Abdul. *Rasulullah Di Mata Sarjana Barat*. Yogyakarta: Mitra Pustaka, 2002.
- Wahyuni. "Optimizing the brandawareness of Gaia Dailyand Zuist Leather MSME Through the Go Online System". *Jurnal Pemberdayaan*, 2021.
- Wibowo, Agus. *Etika Bisnis*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, t.th.
- Wulandari, Pontynindya Hyang Adhisti. "Perjanjian Tidak Tertulis Dalam *Endorsment* Antara *Online Shop* Alstuff Malang Dengan *Selebgram* Prespektif Hukum Islam". Sripsi di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2019.
- Yoshua, "Pengaruh *Telemarketing* Terhadap Keputusan Pembelian". Skripsi di Universitas Brawijaya, 2018.
- Yuliana. "Tinjauan Hukum Islam Tentang Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Jasa *Endorsment* Pada Klinik Kecantikan". Skripsi di UIN Raden Intan Lampung, 2018.

Zarkashī (al). *Al-Burhān fī 'Ulūm al-Qur`ān*. Vol. 13. Kairo: Dār al-Turāth, 1975.

Zuḥailī (al), Wahbah. *Al-Tafsīr al-Munīr fī al-Aqīdah wā al-Shari`ah wā al-Manhaj*.
Vol. 16. Damashkus: Dār-Fikr, 2009.

