

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggito, Albi Dkk, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV jejak, 2018.
- Aisyah Puteri Rosadi, Asep Ramdan Hidayat, Muhammad Yunus. Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Etika Endorser Dalam Praktik Endorsement Di Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Endorser Muslim Di Bandung). Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung
- Angga Syahputra dan Yoesrizal M. Yoesoef. Praktek Gharar Pada Endorsement Produk Di Media Sosial Instagram. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam* Vol. 5, No. 2, Desember 2020.
- Atmoko, Bambang Dwi. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*.
- Bachtiar, *Metode Penelitian Hukum*. Tangerang Selatan: UNPAM PRESS, 2018.
- Bimo Mahendra, “Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi)”, *Jurnal Visi Komunikasi*, Vol. 16 No. 01 Bulan Mei Tahun 2017.
- Dempsey, Patricia Ann. Dkk, *Riset Keperawatan*. Jakarta: Buku Kedokteran EGC, 2002.
- Dimiyati, Johni. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Aplikasinya Pada Pendidikan Anak Usia Dini*. Jakarta: Kencana, 2013.

Diriwayatkan Oleh Abdrur Razzaq Dalam Mushannifnya Dari Abu Hurairah  
Dan Abu Sa'id Al-Khudriy, Tapi Yang Shahih Hadits Ini Mauquf Pada  
Abi Sa'id. Lihat Dalam Kitab Al-Wajiz Fi Al-Fiqhi Al-Islami, Hlm.  
119 Vol. III.

Dr. Basu Swastha DH., SE., MBA. Dan Ibnu Sukotjo W. SE, Pengantar Bisnis  
Modern, ed.3, Liberty Yogyakarta, Yogyakarta, 2000.

Edi,Fandi Rosi Sarwo. *Teori Wawancara Psikodiagnostik*, Yogyakarta: PT  
Leutika Nouvalitera, 2016.

Efendi, Jonaedi dan Johnny Ibrahim, *Metode Penelitian Hukum Normatif dan  
Empiris*. Depok: PRANADAMEDIA GROUP. 2018.

Fahmi, Muhammad Nurul. Endorse Dan Paid Promote Instagram Dalam  
Perspektif Hukum Islam. An-Nawa, Jurnal Hukum Islam, Vol XXII-  
Januari-Juni 2018

Gemala Dewi, Hukum Perikatan Islam Di Indonesia. Jakarta:Prenada Media,  
2005.

Hariyanto, Erie dan Arif Wahyudi.*Penguatan Keluarga Sakinah Berbasis  
Gerakan Nasional*.Pamekasan: Duta Media Publishing, 2017.

Hendi Suhendi, Fiqih Muamalah. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.

Idris, Hadis Ekonomi:Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi, Edisi Pertama,  
Jakarta: Prenamedia Group, 2015.

Lexy J.Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010.

M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003.

Mahi, Ali Kabul. *Perencanaan Pemabngunan Daerah Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Kencana, 2017.

Mamik. *Metodologi Kualitatif, Cet. Ke-1*. Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2014.

Mardawani, *Praktis Penelitian Kualitatif, Cet. Ke-1*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.

Masjupri, *Buku Daras Fiqh Muamalah 1*, Surakarta: FSEI Publishing, 2013.

Meutia Puspita Sari, “Fenomena Pengguna Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa Fisip Universitas Riau”, *JOM FISIP, Universitas Riau, Pekanbaru*, Vol.4 No.2 Oktober 2017.

Merri Febriana, “Hiperealitas Endorse Dalam Instagram Studi Fenomenologi Tentang Dampak Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Universitas Sebelas Maret”, *Jurnal Analisa Sosiologi, (Surakarta)*, Oktober, 6 (2) : 18-29, 2017.

Muhaimin. *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Mataram University Press. 2020.

Muhammad bin Ahmad bin Muhammad bin Ahmad bin Rusy Al-Qrthubi,  
Bidayatul Mujtahid wa Nihayatul Muqtashid, Beirut, Darul Kutub al-  
Ilmiyah, 1996 M. Vol. IV.

Muhammad Bin Yazid Abu, dan Abdullah Al-Qazwiniy, Sunan Ibnu Majah  
Jilid II, Dar Al- Fikr, Beirut, 2004.

Muhammad Rawwas Qal’Ahji, Ensiklopedi Fiqh Umar Bin Khattab, Jakarta:  
PT Raja Grafindo Persada, 1999.

Muhammad Syafi’I Antonio, Bank Syari’ah Dari Teori Ke Praktik,  
Jakarta:Gema Insani Press, T.T.

Nashihin, Husna. *Pendidikan Karakter Berbasis Budaya Pesantren*. Semarang:  
CV. Pilar Nusantara Semarang, 2017.

Nasrullah, Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi.  
Jakarta: Salemba Humanika, 2015.

Nasrun Haroen, Fiqh Muamalah, Jakarta:Gaya Media Pratama, 2000.

Palagan Ankasaniscara, “Analisis Pengaruh Influencer Endorsement Pada  
Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian”, Tesis—Universitas  
Indonesia, Jakarta, 2014.

Rachmat Syafei, Fiqh Muamalah. Bandung: CV Pustaka Setia. 2001.

Ratih Galuh Pradewi, Tri Yuliyanti, Fitri Norhabiba. Pengaruh Endorsement  
terhadap Sikap Konsumen dan Minat Pembelian Produk Lipstik Pada

Online Shop dengan Media Sosial Instagram. Jurnal Representamen  
Vol 5 No. 01 April 2019.

Riduwan & Sunarto, *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial,  
Ekonomi, Komunikasi, dan Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2013.

Saleh, Sirajuddin. *Analisis Data Kualitatif*. Bandung: Pustaka Ramadhan, 2017.

Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah 13*, Jakarta: Pena Pundi Aksara 2006.

Siyoto, Sandu Dkk. *Dasar Metodologi Penelitian*, Cet. Ke-1, Yogyakarta:  
Litetasi Media Publishing, 2015.

Sudarmanto, Eko. Dkk, *Desain Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*,  
Medan: Yayasan kita menulis, 2021.

Sugiyono, *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*, Bandung: CV  
Alfabeta, 2009.

Syaifullah Aziz, *Fiqh Islam Lengkap*. Surabaya: Ass-Syifa, 2005.

Suharsimi Arikunto, *Proedur Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006.

Tarjo. *Metode Penelitian*. Sleman: CV Budi Utama, 2019.

Wa Ode Musmiarny Nilammadia, Tis Atinb, Budi Bowo Leksonoc, Anisa  
Widiya Sarid, Ayu Syafiqatul Bestariyahe, Dea Nanda Safitrif. Hubungan  
Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Dan  
Tokopedia. Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen Volume 5  
Nomor 1, 2020 ISSN: 2614-2147

Wahyudi, H. S. Dan Sukmasari, “Teknologi Kehidupan Masyarakat”, Jurnal Analisa Sosiologi, Vol.3 No.1 Tahun 2018.

Yusuf.*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan.* Jakarta: Kencana, 2014.

Zakariyah,M Askari.*Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif.*Kolaka: Yayasan Pondok Pesantren Al-Mawaddah Warrahmah, 2020.

Zulmiyetri, Dkk, *Penulisan Karya Ilmiah*, Cet. Ke-1. Jakarta: Kencana, 2019.