

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI..... ii

PENGESAHAN SKRIPSI..... iii

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI iv

ABSTRAK..... v

MOTTO..... vi

PERSEMBAHAN vii

PEDOMAN TRANSLITERASI ABAB-LATIN..... viii

KATA PENGANTAR..... ix

DAFTAR ISI xi

DAFTAR GAMBAR..... xiv

BAB I PENDAHULUAN

 A. Latar Belakang 1

 B. Fokus Penelitian 5

 C. Rumusan Masalah..... 5

 D. Tujuan Penelitian 6

 E. Manfaat Teoritis 6

 F. Sistematika Penulisan 7

BAB II KAJIAN PUSTAKA

 A. Kajian Teori Terkait Judul 8

 1. Strategi Pemasaran 8

 a. Pengertian Strategi..... 8

 b. Strategi Menarik Pelanggan 10

 c. Pengertian Pemasaran 11

 d. Konsep Pemasaran..... 12

 e. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)..... 13

 f. Komunikasi Pemasaran 14

 2. *Endorsement* 19

 a. Pengertian *Endorsement* 19

 b. Macam-macam *Endorsement* 20

 c. Tujuan Penggunaan *Celebrity Endorser* 23

 d. *Endorsement* Dalam Pandangan Islam..... 23

 3. Konsumen 24

 a. Pengertian Konsumen 24

 b. Hak dan Kewajiban Konsumen 25

- 4. Fiqih Muamalah 27
 - a. Pengertian Fiqh Muamalah 27
 - b. Ruang Lingkup Fiqh Muamalah 28
- 5. *Akad Ijarah* 29
 - a. Pengertian *Ijarah* 29
 - b. Dasar Hukum *Ijarah* 31
 - c. Rukun dan Syarat *Ijarah* 32
 - d. Sebab Berakhirnya *Ijarah* 37
- 6. Akad Jual Beli 38
 - a. Pengertian Jual Beli 38
 - b. Dasar Hukum Jual Beli 39
 - c. Rukun dan Syarat Jual Beli 40
- B. Penelitian Terdahulu 49
- C. Kerangka Berfikir 50

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Pendekatan 52
- B. Setting Penelitian 52
- C. Subyek Penelitian..... 52
- D. Sumber Data..... 52
- E. Teknik Pengumpulan Data 53
- F. Pengujian Keabsahan Data 54
- G. Teknik Analisis Data 55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Obyek Penelitian 55
 - 1. Profil @zeevascarf 55
- B. Deskripsi Data Penelitian 63
 - 1. Mekanisme Praktik Pemasaran Produk Hijab Zeevascarf Pada Jasa Endorsement 63
 - 2. Tinjauan Fiqih Muamalah Terhadap Praktik Pemasaran Produk Hijab Zeevascarf Pada Jasa Endorsement 70
- C. Analisis Data Penelitian 75
 - 1. Mekanisme Pemasaran Menggunakan Jasa Endorsement 75
 - 2. Tinjauan Fiqih Muamalah terhadap Strategi Pemasaran pada Pelaksanaan Jasa Endorsement 80

BAB V PENUTUP

A. Simpulan	87
B. Saran	88
C. Penutup	88

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Profil Tiktok @zeevascarf 57

Gambar 4.2 Ikon tiktokshop @zeevascarf 58

Gambar 4.3 Ikon Tiktok @zeevascarf 59

Gambar 4.4 Akun Instagram Zeevascarf 60

Gambar 4.5 Akun Shopee Zeevascarf..... 60

Gambar 4.6 Akun Whatsapp Zeevascarf 62

Gambar 4.7 Resi Pengiriman Zeevascarf..... 62

Gambar 4.8 Keterangan detail produk @zeevascarf 64

Gambar 4.9 Akun tiktok endorser 65

Gambar 4.10 DM tiktok pembeli dan endorser 66

Gambar 4.11 Akun Whatsapp Zeevascarf 67

Gambar 4.12 Resi Pengiriman Zeevascarf 67

