

DAFTAR PUSTAKA

- Mustofa, Imam. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Jamil, Nindi Apridha dkk. “EKSISBANK.” *Analisis Mekanisme Praktik Jual Beli followers dalam perspektif ekonomi islam di media social instagram* 4, no.1 (2020).
- Syafei, Rachmat. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: CV PustakaSetia, 2001.
- El-Qari, Dani. “Transaksi Jual Beli Follower Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam.” *Miyah* 15, no.2 (2019).
- M Gaffar, Janedriji. “Budaya Hukum dalam Penegakan Hukum.” *kamis* 27 Desember 2012. www.sindonews.com.
- UU No.11 Tahun 2008 Pasal 1 Ayat 2.
- Putra, Setia. “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui E-Commerce.” *Jurnal ilmu hukum* 4 no.2 (2014).
- Mustafa, Iman. “Pengguna Instagram di Indonesia didominasi Wanita dan Generasi Milenial.” 14 Juni 2020. Goodnewsfromindonesia.id.
- Anisa, Nur. “Tinjauan Hukum Islam Tentang Praktik Jual Beli Follower, likes, dan viewer di Media Sosial Instagram.” Skripsi UIN Raden Intan Lampung.
- Nugraheni Larasati, “Analisis Jual Beli Followers di Instagram dalam Perspektif FATWA DSN-MUI No.110/ DSN-MUI/IX/2017 Tentang Akad Jual Beli.” Skripsi IAIN Surakarta.
- Rizky Fadillah, “Jual Beli Follower Sosial Media Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam.” Skripsi IAIN Bengkulu.
- Elsava Chairu Bhariatta dkk, “Jual beli followers, likes, viewers di instagram perspektif hukum ekonomi syariah”, *el-Qist* 9, No.1 (2019).

- Dani El-Qari, “Transaksi Jual Beli Follower Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam”, *Miyah* 15, no.2 (2019).
- Abdul Rahman Ghazaly dkk, *Fiqh muamalah*, (Jakarta:kencana Prenada Media Grup).
- Nahdiah & Syarif Hidayatullah,” Analisis bai’ gharar terhadap jual beli follower di instagram”, *al-Mizan* 3, No.2, (2019).
- Tira Nur Fitria “Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) dalam Hukum Islam dan Hukum Negara” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 3 No.1 (2017).
- Nana Syaodih Sukmadinata, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, (2013).
- Umwati, dan Hengki Wijaya, *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan*. Sulawesi Selatan: ISBN, 2020.
- Koentjaraningrat, *Kebudayaan, Mentalitas dan Pembangunan*. Jakarta: Gramedia, 2004.
- Irma fatmawati, *Antropologi Budaya Pendekatan Habonaron Do Bona sebagai Falsafah Hidup Masyarakat Simalungun*. Yogyakarta: Deepublish Publisher. 2020.
- Alo Liliweri, *Makna Budaya dalam Komunikasi antar Budaya*. Yogyakarta: Penerbit LKIS Yogyakarta.
- Moh. Zayyadi dan Durroh Halim, *Etnomatematika Budaya Madura (Budaya Madura dan Matematika)*. Pamekasan: Duta Media Publishing. 2020.
- Ihromi, *Pokok-pokok Antropologi Budaya*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2006.
- Djoko Purwanto, *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2006.
- Irma fatmawati, *Antropologi Budaya Pendekatan Habonaron Do Bona sebagai Falsafah Hidup Masyarakat Simalungun*, Yogyakarta, Deepublish Publisher, 2020.

- Koentjaraningrat, *Kebudayaan Mentalitas dan Pembangunan*, Jakarta: PT. Gramedia, 1987.
- Komunika, “Peran Keluarga, Masyarakat, dan Sekolah dalam Proses Pembinaan dan Pembudayaan Kesadaran Hukum di Indonesia”, *Lipi 10*, no.1 (2007).
- Fokky Fuad Wasitaatmadja, *Etnografi Hukum Budaya Hukum Masyarakat China Jelata*. Jakarta: Kencana, 2020.
- M. Syamsudin, *Budaya Hukum Hakim Berbasis Hukum Progresif*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Soerjono Soekanto dan Soleman B. Taneko, *Hukum Adat Indonesia*. Jakarta: Rajawali, 1983.
- Muhammad Ismail Yusanto & Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*. Depok: Gema Insani, 2002.
- Suwarso, “Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan dan Pengantar Bisnis Terhadap Motivasi dan Minat Wirausaha (Study Kasus Mahasiswa Akademi Akutansi PGRI Jember)”, *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia 4*, no.2 (2018).
- Duwi Priyatno, *Panduan Mudah Bisnis Online*, Yogyakarta: Mediakom, 2010.
- Cateora Graham, *International Marketing Pemasaran Internasional*, terj.Diana Angelita. Jakarta: Salemba Empat, 2007.
- Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam* (Jakarta: 1qRaja Grafindo Persada, 2003).
- Ahmad Sarwat, *Fiqh jual beli*. Jakarta : Rumah Fiqih Publishing, 2018. 5.
- Supriyadi, *Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam*. Guepedia, 2018.
- Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah*, Jakarta : Prenada media Group, 2019.
- Muhammad bin Ismail al-Amiri, al-Şan’ani, *Subul Al-Salam Syarah Bulugh Al-Maram*, Terj. Ali Nur Medan, dkk,

Subulus Salam Syarah Bulughul Maram, Jakarta: Darussunnah Press, Cet. Ke-I, Juz III, 2008, 308.

Abdul Rahman Ghazaly, Fiqh Muamalat . Jakarta : Kencana,2010.

Andri Soemitra, Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah (Jakarta : Prenada media Group, 2019).

Wasilatur Rohmaniyah, Fiqih Muamalah Kontemporer, Pamekasan: Duta Media Publishing, 2019.

Harun, Fiqh Muamalah. Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017.

Abdul Rahman Ghazaly, dkk, Fiqh Muamalat, Jakarta: Kencana, 2010.

Rachmat Syafei, Fikih Muamalah, Bandung: Pustaka Setia. 2001.

Hendi Suhendi, Fiqh Muamalah, Jakarta : Rajawali Pers, 2016.

Wasilatur Rohmaniyah, Fiqih Muamalah Kontemporer, Pamekasan: Duta Media Publishing, 2019.

Andri Soemitra, Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2019).

Muhammad Yazid, Hukum Ekonomi Islam, Sidoarjo: Cahaya Intan, 2014.

Rachmat Syafei, Fiqih Muamalah Untuk UIN, STAIN, PTAIS, dan Umum,.

Adiwarna A. Karim, Riba, Gharar dan Kaidah-kaidah Ekonomi Syari'ah,. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015.

Pasal 38 UU ITE

Edy Santoso, Pengaruh Era Globalisasi Terhadap Hukum Bisnis di Indonesia, Jakarta Timur: PRENADAMEDIA GROUP, 2018.

Pasal 1 ayat (17) UU ITE 2008.

KUHPerdata Pasal 1457

Gunawan Widjaja dan Kartini Muljadi, *Jual Beli*, Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 2003.

Pasal 3 dan 17 UU ITE 2008

Nufian S Febrian, *Perilaku Konsumen di Era Digital (Beserta Studi Kasus)*, Malang: UB Press, 2019.

Supriyadi, *Dasar-dasar Hukum Perdata di Indonesia*, (Kudus: CV. Kiara Science, 2015.

Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2010.

Nufian S Febrian, *Perilaku Konsumen di Era Digital (Beserta Studi Kasus)*, Malang: UB Press, 2019.

Muhammad Fadhool Tamimy, *Sharingmu Personal Brandingmu*, Jakarta: Visimedia, 2017.

Umi Kholisotul Muawanah, “Tinjauan Hukum Islam terhadap Praktik Jual Beli Followers di Media Instagram”, (Skripsi UIN Walisongo).

Kjell H. Landsverk, *The Instragam Handbook*,

Iin Soraya, “Personal Branding Laudya Chnthia Bella Melalui Instagram (Study Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta), *Jurnal Komunikasi* 8, No.2 (2017).

Jefferly Helianthusonfri, *Instagram Marketing untuk pemula*, (Jakarta: Gramedia, 2020).

Ariesta Ayu Permata, “Pemanfaatan Media Sosial untuk Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya” (Skripsi, Unair, 2016)

Rifky Fadhilah Anwar, ”Jual Beli Follower Sosial Media Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu2019).

- Rifky Fadhilah Anwar, ” Jual Beli Follower Sosial Media Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu, 2019).
- Umi Septia, “Banyak Generasi Milenial senang Membeli Followers, Kenapa ya?”, Artikel Liputan 6 , 23 November, 2017.
- Nahdiah dan Syarif Hidayatullah, “Analisis Bai’ Gharar Terhadap Jual Beli Follower di Instagram”, al-mizan 3, No.2(2019).
- Dani El-Qari, “Transaksi Jual Beli Follower Instagram Dalam Perspektif Hukum Islam”, Miyah 15, no.2 (219).
- Nindi Apridha Jamil dkk, “Analisis Mekanisme Praktik Jual Beli Followers dalam Perspektif Ekonomi Islam di Media Sosial Instagram”, Eksisbank 4, No.1 (2020).
- Nurul Hasna dkk, “Pendekatan Sosiologi Hukum terhadap Praktik Jual Beli Followers di Media Sosial Instagram Kota Banjarmasin”, Journal Of Islamic and Law Studies 3, No.2 (2019).
- Mardalis, Metode Penelitian, (Suatu Pendekatan Proposal), cet.ke-10, (Jakarta:Bumi Aksara,2008).
- Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D), (Bandung: Alfabeta, 2011)
- Saifuddin Azwar, Metode Penelitian, cet. Ke-1, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999).
- Febri Nurrahmi, Puteri Farabuana, “Efektifitas DAKWAH MELALUI Instagram”, Nyimak Journal Of Communication 4, No.1 (2020).
- Firda Nurafifah dkk, “Instagram Sebagai Alat Personal Branding dalam Membentuk Citra Diri (Studi pada Akun Bara Pattiradjawana)”, Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi 3, No.2 (2019).

Lyra Vellaniza Ferbita dkk, “Strategi Didital Branding Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) Melalui Media Sosial”, Acta Diurna 16, No.2 (2020)

Hawangga Dhiyaul Fadly, Utama, “Membangun Pemasaran Online dan Digital Branding ditengah Pandemi Covid’19” Jurnal Ecoment Global 5, No.2 (2020).

Nur Rohim Yunus, “Menciptakan Budaya Hukum Masyarakat Indonesia dalam Dimensi Hukum Progresif”, Supremasi Hukum 11, No.1 (2015).

Abdul Rahman Ghazaly dkk, Fiqh muamalah, (Jakarta:kencana Prenada Media Grup).

Adiwarna A. Karim, Riba, Gharar dan Kaidah-kaidah Ekonomi Syari’ah, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015).

Nadrattuzaman Hosen “Analisis Bentuk Gharar Dalam Transaksi Ekonomi” Al-Iqtishad I, No. 1, (2009).

Pasal 1458 KUHPerdara

Supriyadi, Dasar-dasar Hukum Perdata di Indonesia, (Kudus: CV. Kiara Science, 2015).

Nufian S Febrian, Perilaku Konsumen di Era Digital (Beserta Studi Kasus), (Malang: UB Press, 2019)

Friska Yolanda, “Konsultasi Syariah: Jual Beli Followers” Republika.co.id (2018).

Pasal 56 KHES

Pasal 57 KHES

Pasal 58 KHES

Pasal 59 KHES

Pasal 60 KHES

Pasal 58 dan Pasal 61 KHES

Pasal 62 KHES

Pasal 21 KHES

Pasal 34 KHES

Pasal 101 KHES

Pasal 29-35 KHES