

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo, 2014.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Proyek Pengadaan Kitab Suci al-Qur'an, Departemen Agama, 2018.
- Ar Rahmah, Rizka, "Etika dan Manajemen Bisnis Islam (Studi Kasus di Waroeng Steak and Shake Cabang SM Raja Medan)", *j-EBIS* 2, no. 2 (2017).
- Arifin, Muhammad bin Syamsul, "Endorsement dalam Perspektif Islam", (Tesis, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018).
- Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian sosial dan Ekonomi (Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran)*. Jakarta: Prenada Media Group, 2015).
- Fauzah, Atinil, "Optimasi Konten Produk dalam Meningkatkan Daya Saing Penjualan Baju Online Berbasis Sistem Dropshipping Ditinjau dari Etika Bisnis Islam", (Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020).
- Gulo, W., *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Gramedia, 2015.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPF, 2012.
- Kadir, A., *Hukum Bisnis Syariah dalam al-Qur'an*. Jakarta: Amzah, 2014.
- Kartajaya, Muhammad dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*. Jakarta: Graha Persada, 2016.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*. United States of America : Pearson, 2012.
- Kotler, Philip, dkk, *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Amerika Serikat: John Wiley & Sons, 2017.
- Limandono, Johan Ardi, dkk, "Pengaruh *Content Marketing* dan *Event Marketing* terhadap *Customer Engagement* dengan *Sosial Media Marketing* sebagai Variabel Moderasi di Pakuwon City", *Jurnal Manajemen* 3, no. 1 (2018).
- Malahayatie dan Maryamah, "Etika Marketing dalam Perspektif Ekonomi Islam Marketing Ethics in Islamic Economic Perspective", *Jurnal KESKape* 2, no. 1 (2019).
- Rosadi, Aisyah Puteri, dkk, "Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Etika Endorser dalam Praktik Endorsement di Media Sosial

- Instagram (Studi Kasus pada Endorser Muslim di Bandung)”, *Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no. 2 (2019).
- Ruslan, Rosyady, *Metodologi Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014.
- Saraswati, Dhealda Ainun dan Chatia Hastasari, ”Strategi *Digital Content Marketing* pada Akun Media Sosial Instagram Mojok.co dalam Mempertahankan Brand Engagement”, *Jurnal Blokultur* 9, no. 2 (2020).
- Sopian, Ahmad Ali, “Endorsement as a Marketing Strategy Trend in Islamic Perspective”, *Journal of Economicate Studies (JoES)* 4, no. 2 (2020).
- Sopian, Ahmad Ali, “Endorsement as a Marketing Strategy Trend in Islamic Perspective”, *Journal of Economicate Studies* 04, no. 02 (2020).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2018.
- Sujarweni, V. Wiratna, *Metodologi Penelitian – Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru, Yogyakarta, 2015.
- Untari, Dewi dan Dewi Endah Fajariana, “Strategi Pemasaran melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif pada Akun @Subur_Batik)”, *Jurnal Sekretari dan Manajemen* 2, no. 2 (2018).
- Wijaya, Tony, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Yusuf, Ramayani, Heny Hendrayati dan Lili Adi Wibowo, “Pengaruh Konten Pemasaran Shopee terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan”, *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* 1, no. 2 (2020).