

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya Wahyudi Sapoetra. "Analisis Praktik Jual Beli Live Streaming Tiktok Perspektif Teori Khiyar (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Syariah Uin Mataram)." Universitas Islam Negeri Mataram, 2024.
- Aisyah, Siti. "Peran Kejujuran Dan Transparansi Dalam Meningkatkan Integritas Bisnis Syariah." *Al-A'mal: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* 2, no. 1 (2025): 104–12.
- Alfan, Irfan Ramadi, Siti Rohmat, and Harkit Rahmawati. "Analisis Pemasaran Islami Pada Akun TikTok Shop @ Chamaycollection" 5, no. 2 (2025): 172–97.
- Alfarisi, Ahmad Rifqi, and Sukaris. "The Influence of Live Streaming , Fear of Missing Out (FOMO), and E-WOM on Purchase Decisions in TikTok Shop." *JIMKES: Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 12, no. 6 (2024): 2677–86. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i6.2958>.
- Angelina, Melissa, and Yohan Gunawan Henuk. "Pengaruh Streamer Attractiveness Dan Para- Social Interaction Terhadap Arousal Dan Impulsive Buying Pada Tiktok Live Shopping." *Jurnal Manajemen Pemasaran* 18, no. 2 (2024): 115–22.
- Arfaizar, Januariansyah, and Yusdani. "Analisis Keberlanjutan Dan Etika Bisnis Islam Terhadap Digital Marketing Perspektif Maqasid Syariah" 5, no. 1 (2025): 26–36.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2019.
- Beatriz, Monica Anastasia, and Erica Adriana. "Pengaruh Shoppertainment Terhadap Keputusan Pembelian Pada Media Sosial TikTok." *SAMMAJIVA : Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen* 1, no. 2 (2023): 242–55.
- Dahlia Amelia, Bambang Setiaji, Jarkawi, Kadek Primadewi, Ummi Habibah, and Theresia Lounggina Luisa Peny. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2023.
- Diany, Adista Anjar. "Etika Bisnis Dalam Islam Pada Perilaku Pedagang Di Jalan Sekumpul Martapura Kalimantan Selatan." *Citizen : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia* 5, no. 1 (2025): 127–33. <https://doi.org/10.53866/jimi.v5i1.668>.
- Fitriana, Naura Dwi Arta, Nahda Yumna Ufairroh, Abdimalik Mohamed Ibrahim Ali, and Sri Wigati. "Implementasi Akad Salam Terhadap Belanja Berbasis Live Streaming Di TikTok Shop Pada Kalangan Generasi Zoomer." *Jurnal*

Sains Student Research 3, no. 1 (2025): 164–74.

Gospa, Gema Yulenta, Angga Dewi Anggraeni, and Senny Handayani Suarsa. “Pengaruh Live Streaming E-Commerce Tiktok Terhadap Prilaku Impulsive Buying.” *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran* 14, no. 2 (2024): 9–17.

Hariyanti. “Penerapan Konsep Khiyar Pada Jual Beli Online Shop Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam UIN Alauddin Makassar).” UIN Alauddin Makassar, 2021.

Harmen, Hilma, Anastasia Boru Hasugian, Christin Yesikha Napitu, Della Agaveni Butarbutar, Dinda Rachel Minado Purba, Dini Maharani Tambunan, and Sondang Lamsarina Br Hutagalung. “Optimalisasi Transformasi Komunikasi Bisnis Interaktif Di Era Digital Melalui Tiktok: Tantangan Dan Strategi Membangun Engagement Konsumen Untuk Pertumbuhan Berkelanjutan.” *EMBER: Economic Management Business Research Journal* 1, no. 2 (2025): 54–64.

Ihsan, Muhammad Setya, Erwin Permana, and Nananawasih. “Pengaruh Penggunaan Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z.” *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisiplin* 9, no. 10 (2025): 290–99.

Ika Yunia Fauzia. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Prenada Media: KENCANA, 2018.

Kasim, Muhammad, Sirajuddin, and Tita Ratna Irmawati. “Hukum Jual Beli Followers Di Media Sosial Instagram Dalam Perspektif Perbandingan Mazhab.” *BUSTANUL FUQAHA: Jurnal Bidang Hukum Islam* 4, no. 2 (2023): 283–301.
<https://doi.org/10.36701/bustanul.v4i2.1016.PENDAHULUAN>.

Kemenag, Qur'an. “Surah Al-Baqarah Ayat 267.” quran.kemenag.go.id. Accessed September 13, 2025. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/2?from=267&to=286>.

Kemenag, Qur'an. “Surah Al-Isra Ayat 35.” quran.kemenag.go.id. Accessed April 7, 2026. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/17?from=35&to=111>.

Kemenag, Qur'an. “Surah At-Taubah Ayat 119.” quran.kemenag.go.id. Accessed April 7, 2026. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/9?from=119&to=129>.

Kinanti, Anggita Putri, Annisa Dzakiah Karimah, and Cindy Aulia Fahra. “Live Shopping TikTok Dalam Perspektif Ekonomi Syariah Serta Keberlanjutan Pasar.” *JIHBIZ: Journal of Islamic Economy, Finance, and Banking* 8, no. 1 (2024): 29–46.

- Kurniawan, Agung Widhi, and Zarah Puspitaningtyas. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku, 2016.
- Laurensia, Azizah, and Niken Febrina Ernungtyas. "Trans-Parasocial Relationship On Tiktok Live Shopping: A Netnography Study Of Streamers." *Eduvest – Journal of Universal Studies* 4, no. 9 (2024): 7840–55.
- Majid, M Khikam Ali, Najih Sa, and Lilik Rahmawati. "Fenomena Dan Perilaku Belanja Online Melalui Tiktok Shop Pada Generasi Z Perspektif Konsumsi Islam." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 02 (2024): 1796–1806.
- Marlina, Lina, and Agus Susanto. *Etika Bisnis Islam*. Edited by Sudana. 1st ed. Tasikmalaya: Unsil Library Publisher, 2024.
- Maulana, Dudung, M H Ainulyaqin, L I Achmad, Kisanda Misiden, and S Mamun. "Praktik Pemasaran TikTok Shop Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam." *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10, no. 2 (2024): 1410–21.
- Mila Octira. "Prinsip Jual Beli Online Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Fitur Online Tiktok Shop)." Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2025.
- Mubtadiyah, Riyadul, and Mochammad Su'eb. "Pengaruh Prinsip Keadilan Dan Prinsip Kejujuran Dalam Etika Bisnis Islam Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Tradisional Wadungasri." *ECo-Fin* 7, no. 3 (2025): 1784–98. <https://doi.org/10.32877/ef.v7i3.3098>.
- Munawwaroh, Zahrotul, Reza Mehdi Fauzi, and Mohammad Syarrafah. "Relasi Parasosial Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Live Commerce Tiktok Di Indonesia." *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 2 (2025): 304–14. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i2.4363>.
- Nilam Fathia. "Pengaruh Scarcity Terhadap Impulse Buying Dengan Arousal Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Wardah Generasi Z Di Kalimantan Selatan Melalui Shopee Flash Sale)." Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2023.
- Nurhaliza, Putri, and Amie Kusumawardhani. "Analisis Pengaruh Live Streaming Shopping, Price Discount, Dan Ease Of Payment Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Pengguna Platform Media Sosial Tiktok Indonesia)." *Diponegoro Journal Of Management* 12, no. 3 (2023): 1–14.
- Permana, Erwin, Najma Nury, Sabrina Oktavia, and Risya Zahrotul Firdaus. "Pemanfaatan Tiktok Sebagai Media Pemasaran Brand Fashion Arkline Untuk Menarik Konsumen Gen Z." *Anggaran: Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi* 3, no. 2 (2025): 350–64.
- Putra, Muhammad Rafif, and Muhibban. "Implementasi Etika Bisnis Islam Di

- Dalam Aplikasi Tiktok Shop.” *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu* 3, no. 1 (2025): 272–77.
- Qur’an Kemenag. “Surah Al-An’Am Ayat 152.” quran.kemenag.go.id. Accessed September 13, 2025. <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/6?from=152&to=165>.
- Rasyidah, Alvi Nuur, and Bakhrul Huda. “AL-AFKAR : Journal for Islamic Studies Tinjauan Etika Bisnis Islam Pada Pemasaran Live Shopping Tiktok.” *AL-AFKAR: Journal for Islamic Studies* 9, no. 1 (2026): 182–200. <https://doi.org/10.31943/afkarjournal.v9i1.1899>.Analysis.
- Sahira Azzahra, Fauziah Tiara Anggraini, Mivtahul Janati Rahmi Fajri, Erma Nuril Fajriah, and Agustiawan Agustiawan. “Membangun Kepercayaan Bisnis : Analisis Pemasaran Tiktok Live Dalam Kerangka Etika Bisnis Islam.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi* 2, no. 1 (2025): 116–22. <https://doi.org/10.69714/6w281w08>.
- Setiawan, Amanda Putri, Dewa Putu Yudi Pardita, and I Made Setena. “Efektivitas Live Streaming Commerce Dalam Meningkatkan Engagement Dan Konversi Konsumen Generasi Z.” *EL-MAL: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 6, no. 9 (2025): 3054–65.
- Sirajuddin Saleh. *Analisis Data Kualitatif: Teori Dan Aplikasi*. Bandung: Pustaka Ramadhan, 2017.
- Solikin, Akhmad Bagus, Muhammad Adam Rizky Putra, and Mohammad Djasuli. “Implementasi Sifat Shiddiq Dalam Pelaksanaan Prinsip Transparansi GCG Pada Lembaga Keuangan Syariah.” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)* 2, no. 1 (2022): 887–92. <https://doi.org/10.47233/jebs.v2i3.326>.
- Sudarajat, Deny, Hetty Karunia Tunjungsari, and Hartanti Nugrahaningsih. *Pemasaran 5.0: Menciptakan Koneksi Di Era Digital*. Edited by Tonny Yuwanda. 1st ed. Padang: Takaza Innovatix Labs, 2024.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Penelitian Yang Bersifat: Eksploratif, Enterpresif, Interaktif Dan Konstruktif*. Edited by Sofia Yustiani Suryandari. 3rd ed. Bandung: Alfabeta, 2024.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Yakin, Ainol, and Wilda Nurholizah. “Analisis Strategi Pemasaran Melalui Tiktok Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen Terhadap Produk Artha Ldt Dalam Perspektif Etika Bisnis Syariah Di Kabupaten Situbondo.” *SI BATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan* 4, no. 8 (2025): 1733–48.

Zuchri Abdussamad. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makasar: Syakir Media Press, 2021.