

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

RIWAYAT HIDUP

MOTTO

PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI iv

DAFTAR GAMBAR..... vi

DAFTAR TABEL vii

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 6

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian 6

D. Kerangka Pemikiran 7

E. Langkah-Langkah Penelitian 14

**BAB II DESKRIPSI TEORI TENTANG KONSEP PEMASARAN,
ENDORSEMENT DAN IJARAH 19**

A. Konsep Pemasaran 19

B. Konsep *Endorsement* 33

C. *Ijarah* 36

BAB III PELAKSANAAN <i>ENDORSEMENT</i> SEBAGAI MEDIA PEMASARAN MELALUI <i>INSTAGRAM</i> PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH	48
A. Sekilas Sejarah <i>Endorsement</i> dan Media Sosial <i>Instagram</i>	48
B. Mekanisme <i>Endorsement</i> sebagai Media Pemasaran Melalui <i>Instagram</i> ..	50
C. Tinjauan Hukum Ekonomi <i>Syariah</i> Terhadap Pelaksanaan <i>Endorsement</i> sebagai Media Pemasaran Melalui <i>Instagram</i>	69
BAB IV PENUTUP	77
A. Simpulan	77
B. Saran	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	85