

DAFTAR PUSTAKA

- A'yun, Q. A. (2021). Implementasi Hukum Ekonomi Syariah Dalam Transaksi Jual Beli Online Pada E-Commerce Populer Di Indonesia. *Universitas Muhammadiyah Sidoarjo vol. 1, no. 2*, 166-181.
- Agus, H. (2022). Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Dengan Sistem Diskon (Studi Kasus Pada Toko Basmalah Cabang Klakah, Kabupaten Lumajang). *Jurnal Kaffa Vol. 1, No. 4*, 11-16.
- Agustina, D. (2022). Fitur *Social Commerce* dalam Website E-commerce di Indonesia. *Jurnal Informatika Mulawarman, vol. 12, no. 1*, 25.
- Aini, S. H. (2020). Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impluse Buying Pada Pelanggan Alfamart Kota Tengah Kecamatan Kepenuhan. *Universitas Pasir Pengaraian Vol. 2, no. No. 1*, 119-127.
- Alma, B. (2000). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amelia, R. (2021). *Jadi Seller Lazada*. Jakarta: Pustaka Taman Ilmu.
- Ananto Triwibowodan, M. A. (2023). Hukum Ekonomi Syariah dalam Praktek Bisnis di Era Digital Ekonomi. *Margin, Vol. 2, No. 1*, 34.
- Andi Wawan Mulyawan, K. (2023). Implementasi Hukum Ekonomi Syariah Dalam Pengelolaan Dan Pelayanan Unit Bisnis Wahdah Islamiyah. *Jurnal Nukhbatul 'Ulum , Vol. 9, No. 2*, 154.

- Angelica Koeswanto, T. D. (2023). Sales Promotion Brand Barenbliss Melalui TikTok. *Jurnal Public Corner Fisip Universitas Wiraraja*, Vol 18, No. 2, 110-111.
- Arifin, Z. (2006). *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Pustaka Alvabet.
- Ariyadi. (2018). *Jual Beli Online Ibnu Taimiyah*. Yogyakarta: Diandra kreatif.
- Arka Damayanti, R. A. (2023). Market Engineering in Supply: Ikhtikar of Perspectives Islamic Economics. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 5, No. 2, 124-125.
- Astuti, An. R. (2022). *Hukum Ekonomi Syariah (Kasus-Kasus Kontemporer)*. Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press.
- Azhar, K. B. (2020). Metodologi Penelitian Hukum sebagai Instrumen Mengurangi Permasalahan Hukum Kontemporer. *Jurnal Gema Keadilan* vol. 7 no 1, 24.
- Azizah, M. (2020). Penerapan Hukum Ekonomi Syariah Dalam Transaksi Jual Beli Daring Di Toko Online Shopee. *Universitas Semarang* vol. 10, no. 1, 83-96.
- Bachri, S. (2010). Promosi Produk Dalam Perspektif Hukum Islam. *Artikel Antologi Kajian Islam* vol. 15 No. 1, 15.
- Bambang, A. A. (2023). Analisis Hedonic Shopping. *Lifestyle Shopping Dan E-Impulse Buying Bagi Pengguna Platform Shopee* vol 10, no. 2, 273-282.

- Cahyono, H. (2020). Konsep Pasar Syariah Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Ecobankers : Journal of Economy and Banking* vol. 1, no. 2, 14.
- Cynthia Nur Rasyid, L. F. (2023). The Effect Of Price Discount And Hedonic Shopping Value On Impulsive Buying At TikTok Shop. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, Vol. 7 No. 3, 246.
- Damayanti, F. dkk (2023). Pemenuhan Asas Kebermanfaatan Hukum pada PERMENDAG No. 31 Tahun 2023. *Legislatif* vol. 7 no. 1, 18.
- Djakfar, M. (2012). *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus imprint dari Penebar Swadaya.
- Djakfar, M. (2019). *Etika Bisnis Dalam Paradigma Spritualitas dan Kearifan Lokal*. Malang: UIN Maliki.
- Dudung Maulana, M. A. (2024). Praktik Pemasaran TikTok Shop Ditinjau Dari Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 10, No. 2, 1419.
- Dzacky Agustian Anhar, S. K. (2024). Ketidakpastian Hukum dalam Kembalinya TikTok Shop Sebagai Platform Social Commerce di Indonesia. *Unes Law Review*, vol. 6, no. 3, 8967-8971.

- Fadilah, G. G. (2024). How to Build Online Consumer Trust in an Islamic Perspective Through TikTok Live Streaming Shopping. *Jurnal Al-Muamalat*, Vol. 11 No. 1, 63.
- Gunarto, F. K. (2019). Perlindungan Konsumen dengan Ketidaksesuaian Harga dalam Promosi Diskon secara *Online* dengan Harga Sesungguhnya. *Prosiding Konferensi Ilmiah Mahasiswa UNISSULA (KIMU)* 2, 399.
- Hanifah, D. (2024). *Penerapan Diskon melalui Seller Lazada Ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah di Kanza Mart Jalan Baru Jakarta Utara*. Metro: IAIN Metro.
- Harjoni, K. A. (2024). Perlindungan Konsumen dalam Akad Jual Beli Diskon Akhir Tahun Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Al-Mizan*, Vol. 11, No. 2, 352-354.
- Harun. (2017). *Fiqh Muamalah*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Hisbulloh Huda, I. D. (2024). Akibat Hukum Bagi TikTok Shop Sebagai Social Commerce Ditinjau Dari Permendag no. 31 tahun 2023. *Jurnal Kertha Desa*, Vol. 12 No. 1, 1-11.
- Ifada, M. Y. (2021). *E-Commerce Konsep Dan Teknologi* . Malang: Media Nusa Creative.
- Ikit, Artiyanto, dan. M. Saleh. (2018). *Jual Beli Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.

- Intan Febriah, M. T. (2023). The Influence Of TikTok Live Video Streaming, Price Discounts, And Free Shipping On Purchase Decisions. *Perfect Education Fairy, Volume 1, Number 2*, 37-38.
- Iswandi, M. Y. (2021). Praktik Jual Beli Jahe Menurut Hukum Islam; Studi Kasus Di Usaha Dagang Areba Jahe, Jakarta Timur. *Jural Mizan*, 61-63.
- Kholifatul Muna, B. S. (2024). Regulasi Izin Perdagangan TikTok Shop Sebagai Fitur Tambahan Aplikasi TikTok di Indonesia. *Jurnal USM Law Review*, vol. 7, no. 1, 425.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Komsu Koranti, S. N. (2024). *The Effect of Discount, Promotion, Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle on Impulse Buying on TikTok Shop Users. Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, Vol. 4 No. 2, 347.
- Latifah Hanum, R. N. (2023). *Evaluating the Impact of TikTok Promotions on Online Shops: Literature Study Approach. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Vol. 11 No. 3*, 1287.
- Lexy J. Moloeng, F. (2001). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Marzuki, P. M. (2008). *Pengaruh Ilmu Hukum*. Jakarta: Kencana.

- Muhammad Rafif Putra, M. (2025). Implementasi Hukum Ekonomi Syariah Di Dalam Aplikasi TikTok Shop. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, Vol. 3, no. 1, 276.
- Muslim, M. B. (2011). Ihtikar Dan Dampaknya Terhadap Dunia Ekonomi. *Al-Iqtishad*, Vol. 4, No. 1, 70.
- Neli Purwanti, A. P. (2021). Penerapan Transaksi Bisnis Islam dalam Transaksi E-Commerce. *Al-mujaddid*, Vol. 3, No. 1, 65.
- Nurhalis. (2015). Perlindungan Konsumen Dalam Perspektif Hukum Islam Dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. *Kajian Hukum dan Keadilan*, Vol. 3, No. 9, 538-539.
- Pradana, M. (2015). Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia. *Universitas Telkom*, 163-174.
- Pujawati, N. P. (2021). Penerapan Hukum Ekonomi Syariah Dalam Transaksi E-Commerce (Studi Pada Penjual Pengguna Media Sosial Instagram. *Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Sebelas April Sumedang* 3, no. 1, 62-77.
- Qanita An Nabila A'yun, N. M. (2021). Implementasi Hukum Ekonomi Syariah dalam Transaksi Jual Beli Online pada E-Commerce Populer di Indonesi. *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, Vol. 1, No. 2, 174-179.
- Rafi'ani, K. (2023). Tinjauan Yuridis terhadap Perlindungan Konsumen mengenai Diskon Palsu dalam Bertransaksi Elektronik. *Sapientia et Virtus* vol. 8 no. 2, 263.

- Rena, I. D. (2023). Problematika Normatif dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 Terkait Larangan Social-Commerce pada TikTok Shop. *Jurnal Crepido*, vol. 5, no. 2, 193.
- Robbani, Burhanuddin dan Achmad Fageh. (2023). Jual Beli dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hadist. *Jurnal Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Vol. 9. No. 02, 2048-2049.
- Rianto, A. W. (2014). Pengaruh Merek dan Kebijakan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pengunjung yang Membeli dan Mendapatkan Diskon Musiman terhadap Produk Inspired27 Di Kota Malang). *Administrasi Bisnis* vol. 14, no. 1, 5.
- Rudi Aldo, A. M. (2022). Implementation of Islamic Business Ethics in Small and Medium Micro Enterprises (MSMEs) in Jambi City. *Journal of Management and Business Innovations*, Vol. 04, No. 02, 92-95.
- Sahira Azzahra, F. T. (2025). Membangun Kepercayaan Bisnis : Analisis Pemasaran TikTok Live Dalam Kerangka Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi*, Vol 2 No. 1, 117.
- Salwa Noviana Putri, H. S. (2022). Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Pemberi Diskon Palsu dalam Praktik Jual Beli Event Tanggal Kembar E-Commerce. *Jurnal Interpretasi Hukum*, Vol. 4, No. 3, 537.
- Salsabilla, N. N. (2023). Jual Beli Menurut Islam. *Journal of Economics Business Ethic and Science Histories*, Vol. 1, No. 1, 97-98.

- Sebyar, Z. A. (2023). Pengaruh Peraturan Menteri Perdagangan (PERMENDAG) Nomor 31 Tahun 2023 terhadap Perkembangan *E-commerce* di Indonesia. *Hakim* vol. 1 no. 4, 52.
- Setiawan, D. (2023). Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity E-Commerce and Micro and Small Industries Performance: The Role of Firm Size as a Moderator. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* 9 no. 3, 75.
- Sugiyono, S. N. (2023). Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Pemberi Diskon Palsu dalam Praktik Jual Beli Event Tanggal Kembar *E-Commerce*. *Jurnal Interpretasi Hukum*, Vol. 4 No 3, 545.
- Suliastika Candra Wati, S. N. (2024). Fenomenologi Literasi Informasi Terkait Perilaku Konsumtif Media Sosial TikTok. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik* vol. 4 no. 4, 54.
- Sunggono, B. (2003). *Metodologi Penelitian Hukum*. Jakarta: PT. Raja.
- Supriadi. (2018). *Konsep Harga dalam Ekonomi Islam*. Jakarta: Guepedia.
- Susiawati, W. (2017). Jual Beli dan dalam Konteks Kekinian. *Jurnal Ekonomi Islam*, 174.
- Trihastuti, A. E. (2021). *Hukum Ekonomi Syariah*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Tjiptono, F. (2015). Kewirausahaan, Kinerja Keuangan, dan Kelanggengan Bisnis. *Jurnal Manajemen Indonesia* vol. 15 no. 1, 17.

Wari, H. F. (2023). Jual Beli Cash dan Kredit pada Penyelenggaraan Acara Hajatan ditinjau dari Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 4, No. 1, 29.

Zuhairi. (2015). *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Edisi Revisi*. Metro: Stain Jurai Siwo Metro.

Zulfah Hannum Bahri, N. B. (2024). Etika Bisnis Periklanan Pada Aplikasi TikTok Shop Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Studi Multidisipliner*, Vol. 8, No. 6, 1051.