

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----------|
| LEMBAR PERSETUJUAN | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | i |
| LEMBAR PERNYATAAN | ii |
| RIWAYAT HIDUP | iii |
| ABSTRAK | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR TABEL | xi |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 8 |
| C. Tujuan Penelitian | 9 |
| D. Kegunaan Penelitian | 9 |
| E. Studi Terdahulu..... | 10 |
| F. Kerangka Pemikiran..... | 13 |
| G. Langkah-langkah Penelitian | 18 |
| BAB II TINJAUAN TEORITIS MENGENAI PENENTUAN UPAH JASA ENDORSEMENT | 22 |
| A. Pengertian Ijarah..... | 22 |
| 1. Akad Ijarah | 22 |
| 2. Dasar hukum ijarah | 25 |
| 3. Rukun dan syarat ijarah | 29 |
| 4. Objek ijarah | 34 |

| | |
|---|-----------|
| 5. Pengertian Ju'alah | 36 |
| 6. Prinsip-prinsip Muamalah | 40 |
| B. Endorsement | 50 |
| 1. Pengertian Pemasaran..... | 50 |
| 2. Pengertian Endorsement..... | 54 |
| BAB III PENENTUAN UPAH JASA ENDORSEMENT DI MEDIA SOSIAL TIKTOK PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH..... | 58 |
| A. Mekanisme penentuan Upah jasa endorsement media sosial tiktok | 58 |
| B. Tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap penentuan Upah jasa endorsement di media sosial tiktok..... | 63 |
| BAB IV PENUTUP | 68 |
| A. Kesimpulan..... | 68 |
| B. Saran | 68 |
| DAFTAR PUSTAKA | 70 |
| LAMPIRAN | |