

ABSTRAK

MODEL MARKETING ENDORSE PADA ONLINE SHOP DALAM TINJAUAN EKONOMI ISLAM (Studi Kasus *Online Shop Gallery Hijab dan Watchaa*)

Penelitian ini berjudul *Model Marketing Endorse* pada *Online Shop* dalam Tinjauan Ekonomi Islam (Studi Kasus *Online Shop Gallery Hijab dan Watchaa*) dengan rumusan masalah bagaimana model *marketing endorse* dan tinjauannya menurut ekonomi Islam yang bertujuan untuk mengetahui apakah model *marketing endorse* sudah sesuai dengan teori dalam Ekonomi Islam.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yang bersifat analisis deskriptif, yaitu mendeskripsikan suatu bentuk penelitian yang menggambarkan dengan lebih jelas mengenai fenomena yang sedang marak dibicarakan yakni *marketing endorse* dan kemudian menganalisisnya dengan pandangan Ekonomi Islam, sumber data yang didapat yaitu dari wawancara. Pengumpulan data menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur kepada *vendor endorse* dan studi literatur.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa praktik *marketing endorse* pada *online shop* tidak semua melanggar prinsip ekonomi Islam karena tergantung pada praktek yang diterapkan mengandung unsur penipuan atau tidak. Bila mengandung unsur penipuan jelas sangat dilarang dan melanggar prinsip ekonomi Islam.

Kata Kunci: Model Pemasaran, *Marketing Endorse*, Pemasaran Syariah.

\

ABSTRACT

ENDORSE MODEL ONLINE SHOP MARKETING ON ISLAMIC ECONOMY REVIEW (RESEARCH STUDY ONLINE SHOP GALLERY HIJAB AND WATCHAA)

The title of this research is ENDORSE MODEL ONLINE SHOP MARKETING ON ISLAMIC ECONOMY REVIEW (RESEARCH STUDY ONLINE SHOP GALLERY HIJAB AND WATCHAA). The purpose of this study is in order to know what is the marketing endorse model and the review of Islamic economy and is it accordance to theory of Islamic economy?

This research is descriptive qualitative in nature, which describe a form of research that illustrates more clearly the emerging phenomenon discussed the marketing endorse and then analyze it with a view of the Islamic economy, the source of the data obtained is of the interview. Collecting data uses an unstructured interview technique to endorse vendors and literature studies.

These results indicate that marketing endorse practices in the online shop does not violate the principle of Islamic economics as it depends on the practices applied contain elements of fraud or not. If it has an element of fraud, it is clearly prohibited and violates the principles of Islamic economics.

Keywords: Marketing Models, Marketing Endorse, Marketing Syariah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	v
NOTA DINAS PEMBIMBING	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
MOTTO	xii
HALAMAN PERSEMBAHAN	xiii
KATA PENGANTAR	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kajian Pustaka	9
F. Metodologi Penelitian	11

G. Sistematika Pembahasan	13
---------------------------------	----

BAB II PEMASARAN SYARIAH

A. Pengertian Pemasaran	15
B. Pemasaran Syariah	17
1. Konsep Dasar Pemasaran Syariah.....	17
2. Karakteristik Pemasaran Syariah	19
3. Strategi Pemasaran Syariah	21
4. Etika Pemasaran Syariah	24

BAB III *MARKETING ENDORSE*

A. Pengertian <i>Endorse</i>	31
B. Peran <i>Celebrity Endorse</i> dalam Pemasaran.....	33
C. Skema <i>Marketing Endorse</i>	45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum <i>Marketing Endorse</i>	47
B. Profil <i>Online Shop</i>	51
C. Analisis <i>Marketing Endorse</i> dalam Tinjauan Ekonomi Islam....	53

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	61
B. Saran.....	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN