

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku:**

- Ahmad Fadholi. 2020. Muhammad Sebagai Pemimpin Agama dan Negara. Vol. 5 No. 1 Hal. 1.
- Axel Bruns, Gunn Enli, Eli Skogerbo, Anders Olof Larsson, dan Christian Christensen. 2016. *The Routledge Companion to Social Media and Politics*.
- Barbara MacKinnon. 2019. *Ethics: Theory and Contemporary Issues* (Edisi ke-10).
- Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bertens. 2000. *Etika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Bertens, K. 2007. *ETIKA*. Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama.
- Denzin and Lincoln. 2011. *The Sage Handbook of Qualitative Research*.
- Earl Babbie. 2016. *The Practice of Social Research*.
- Etika Pariwara Indonesia. 2020. *Etika Pariwara Indonesia Amandemen 2020*. Edisi ke 3 Cetakan ke 1.
- Finnah Fourqoniah dan Muhammad Fikry Aransyah. 2020. *Pengantar Periklanan*.
- Frida Laurencia, Grace Son Nassa. 2021. *Maria Sebagai Role Model Bagi Wanita Kristen Masa Kini Berdasarkan Kitab Injil Matius dan Lukas*. Vol. 11 No. 1 Hal. 84.
- Graham Meikle. 2016. *Social Media: Communication, Sharing and Visibility*.
- Hana S. Noor Al-Deen dan John Allen Hendricks. 2012. *Social Media: Usage and Impact*.
- Hendriana, E.. 2015. *Rencana pengembangan periklanan nasional 2015-2019*.
- James Rachels. 2019. *The Elements of Moral Philosophy*. (Edisi ke-8).
- Kriyantono, Rachmat. 2013. *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktek*. Malang. Universitas Brawijaya Press.
- Moleong, L. J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Muktaf, Zein. 2015. *PERIKLANAN: Sebuah Pendekatan Praktis*. Yogyakarta, Buku Litera Yogyakarta.
- Nancy Flynn, Eric Butow, dan Katie Davis. 2013. *The Social Media Handbook*.
- Nasrullah Rulli. 2022. *Etnografi Virtual*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media.

- Philip Kotler dan Gary Armstrong. 2018. *Principles of Marketing* (Edisi ke-17).
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management* (Edisi ke-15).
- Robert K. Yin. 2018. *Case Study Research and Applications: Design and Methods*.
- Setyowati Subroto. 2011. *Etika Periklanan*. No 049.
- Shelly Rodgers dan Esther Thorson. 2019. *Advertising Theory: Reconceptualizing the Building Blocks* (Edisi ke-3).
- Suciati. 2020. *Psikologi Komunikasi: Sebuah Tinjauan Teoritis dan Perspektif Islam*. Yogyakarta, Buku Litera Yogyakarta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Surahman S. & Dkk. 2019. *Komunikasi dalam Media Digital*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta.
- Taufikin. 2015. *Hukum Islam Tentang Minuman Keras - Pencegahan dan Penanggulangan Perilaku Minuman Keras di Desa Sidomulyo Kecamatan Dempet Kabupaten Demak*.
- Tracy L. Tuten dan Michael R. Solomon. 2018. *Social Media Marketing*.
- Wiratmoko, Aditya. 2012. Efek Samping Mengabaikan Etika, dalam Junaedi, Fajar [ed] (2012). *PREK: Pelanggaran Etika Periklanan Indonesia*. Bantul, Tim Mahasiswa Advertising Komunikasi UMY.
- Witanti Prihatiningsih. 2017. *Motif Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Remaja*.

**Jurnal:**

- Fatemeh Pourzamani Zarch. 2013. *The Relationship between Marketing Mix and Customer Loyalty*. *International Journal of Business and Social Science*.
- Fenny Novianti, Tiurniari Purba. 2022. *Pengaruh Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Tiban Ciptaland Batam*. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. Vol. 8. No. 1.
- K. S. Sriram. 2011. *The Definition and Domains of Advertising*. *Journal of Advertising*.
- Ni Luh Putu Ratna Suandari, Fajri Rahma Pratiwi, Handriyotopo. 2021. *Dimensi Etis Iklan*. *Journal Citrawira* Vol. 2 No. 2.
- Shinta Galuh Tryssa. 2015. *Strategi Industri Periklanan Dalam Menghadapi Khalayak Selektif*. *Journal of Communication Studies* Vol. 4 No. 2.

**Artikel:**

Kompas TV 25 Juni 2022. Dikutip dari <https://www.kompas.tv/nasional/302709/ini-3-pasal-yang-jerat-pegawai-holywings-dalam-kasus-promosi-miras-untuk-muhammad-dan-maria>.

Kompasiana 16 Juli 2022. Dikutip dari <https://www.kompasiana.com/fenomenna-iklan-promo-minuman-di-holywings-dalam-kajian-islam>.