

## DAFTAR PUSTAKA

Afrianti, N. & Rahmiati, C., 2021. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Masyarakat terhadap Protokol Kesehatan Covid-19. *Jurnal Ilmiah STIKES Kendal*, pp. 113-124.

Anandiza, P. S. M., 2021. LBH PENGAYOMAN. [Online] Available at: <https://lbhpengayoman.unpar.ac.id/jerat-hukum-produksi-dan-penjualan-kosmetik-tanpa-izin-bpom/#:~:text=%E2%80%9CSetiap%20orang%20yang%20dengan%20sengaja,satu%20miliar%20lima%20ratus%20juta> [Accessed 15 May 2023].

Bertens, K., 2000. Pengantar Etika Bisnis. Yogyakarta: Kanisius.

Bertens, K., 2005. Etika. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Cahyadi, A., 2022. Kecanduan Judi Online, Pemuda dan Anak Dibawah Umur Nekat Mencuri di Maros, Maros: Fajar Network.

Dewa, C. B. & Safitri, L. A., 2021. Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Media Promosi Industri Kuliner di Yogyakarta pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun Tiktok Javafoodie). *Khasanah Ilmu: Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 12(1), pp. 65-71.

Dinisari, M. C., 2020. E-Commerce Dorong Perekonomian Indonesia, selama Pandemi COVID-19. [Online] Available at: <https://ekonomi.bisnis.com/read/202000417/12/1228750/e-commerce-dorong-perekonomian-indonesia-selama-pandemi-COVID-19->

Fadly, H. D., 2020. Membangun Pemasaran Online dan Digital Branding ditengah Pandemi Covid. *Ecoment Global*, pp. 213-222.

Fitria, L. & Ifdil, 2020. Kecemasan Remaja pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 6(1), pp. 1-4.

Hamdani, 2020. Kepatuhan Sosial di Era New Normal. [Online] Available at: <https://www.ajnn.net/news/kepatuhansosial-di-era-new-normal/index.html>

Kaplan, A. M. & Haenlein, M., 2010. Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, Volume 53, pp. 59-68.

Keraf, S. A., 1998. Etika Bisnis (Tuntutan dan Relevansinya). Yogyakarta: Kanisius.

Kistanto, H. N., Lestari, N. & Subekti, S., 2014. Etika Profesi Kearsipan. Jakarta: Universitas Terbuka.

Lamb, C. W. & Hair, J. F., 2001. Pemasaran. Jakarta: Salemba Empat.

Machfoedz, M., 2010. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Cakra Ilmu.

Maharani, N. D., Ulfa, N. S. & Sunarto, 2023. Pengaruh Intensitas Komunikasi Peer Group dan Terapan Pesan Promosi Judi Online di Media Sosial terhadap Perilaku Adiktif Bermain Judi Online. *Interaksi Online*, 11(2), pp. 1-11.

Nugraha, F., 2023. Deduktif.id. [Online] Available at: <https://deduktif.id/eeeeaa-ada-artis-dan-influencer-di-iklan-judi-online> [Accessed 6 April 2023].

Pakpahan, W. & Jasmansyah, 2020. Prinsip Kejujuran dalam Perusahaan (Kasus Skandal Penyimpangan Akuntansi PT Toshiba). *Seniman Transactions*, 1(2), pp. 1-16.

Rahmah, S., 2021. Personal Branding Ganjar Pranowo untuk Membangun Komunikasi Politik di Media Sosial Instagram. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), pp. 94-101.

Rangkuty, D. M., 2021. Apakah Penggunaan E-wallet Masa Pandemi Covid-19 Semakin Meningkatkan di Indonesia?. *Prosiding Konferensi Nasional Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia*, 1(1), pp. 251-261.

Segrave, K., 2005. *Endorsements in Advertising: A Social History*. North Carolina: McFarland & Company, Inc..

Setiawati, D. & Dewi, S., 2023. Urgensi Pengaturan Secara Khusus Judi Online di Indonesia. *Jurnal Penelitian Bidang Hukum Universitas Gresik*, 12(1), pp. 188-197.

Shimp, T. A. & Craig Andrews, J., 2013. *Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. 9th Edition ed. s.l.:South-Westerns College Pub.

Sosataty, N. & Rumambi, L. J., 2019. Analisa Credibility Celebrity Endorser Model: Sikap Audience Terhadap Iklan dan Merek serta Pengaruhnya pada Minat Beli "Top Coffee". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), pp. 1-12.

Sumarni, Y., 2020. Pandemi COVID-19: Tantangan Ekonomi dan Bisnis. *Al-Intaj Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, pp. 46-58.

Suyanto, M., 2004. *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan*. Yogyakarta: Andi.

Untari, D. & Handani, S. S., 2022. Endorsement Sebagai Trend Pemasaran Modern melalui Media Sosial pada Akun Instagram Awkarin. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Ekonomi Digital (JAMED)*, 2(4), pp. 1-10.

Velasquez, M. G., 1982. *Business Ethics: Concepts and Cases*. New York: Routledge.

Wahyu, A. M., Az Zahra, A. C., Firdaus, M. I. F. & Widyatno, A., 2021. Perilaku Panic Buying Mengiringi Kemunculan COVID-19? Sebuah Studi pada Awal Pandemi di Indonesia. *Humanitas*, 5(1), pp. 76-98.

Wedanti, I. G. A. J. M., Agurwardani, P. K. S. & Ekasana, I. M. S., 2022. Akibat Hukum Pidana Terhadap Selebgram yang Memberikan Informasi Tidak Benar Terkait Endorsement Produk di Media Sosial Instagram. *Vyavahara Duta*, XVII(2), pp. 94-100.

Wu, Y.-C., Chen, C.-S. & Chan, Y.-J., 2020. *The Outbreak of COVID-19: An Overview*. PubMed Central.

Wulandari, A., Syaputri, N. F., Tugon, T. D. A. & Lestari, D., 2022. Analisis Tingkat Pengetahuan Masyarakat Tentang Bahaya Penggunaan Krim Pencerah Kulit Wajah yang Mengandung Merkuri di Kelurahan Pasirbiru. *FARMASIS*, 3(2), pp. 61-67.

Yuen, K. F., Wang, X., Ma, F. & Li, K. X., 2020. The Psychological Causes of Panic Buying Following a Health Crisis. *International Journal of Enviromental Research and Public Health*.