

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Black, Henry Campbell, 1910, *Black's Law Dictionary, 2nd Ed.*, West Publishing Co., Saint Paul.
- Dewan Periklanan Indonesia, 2020, *Etika Pariwisata Indonesia Amandemen 2020*, Dewan Periklanan Indonesia, Jakarta.
- Falls, Jason, 2021, *Winfluence: Reframing Influencer Marketing to Ignite Your Brand*, Entrepreneur Press, Irvine.
- Hamid, Abd. Haris, 2017, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, SAH MEDIA, Makassar.
- Inradewi, Anak Agung Sagung Ngurah, 2014, *Tanggung Jawab Yuridis Media Penyiar Iklan*, Udayana University Press, Denpasar.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Muhaimin, 2020, *Metode Penelitian Hukum*, Mataram University Press, Mataram.
- Nasution, A.Z., 2002, *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*, Diadit Media, Jakarta.
- Purnomo, R. Serfianto Dibyo, et al., 2013, *Pasar Komoditi: Perdagangan Berjangka dan Lelang Komoditi*, Jogja Bangkit Publisher, Yogyakarta.
- Setiawan, I Ketut Oka, 2021, *Hukum Perikatan*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Solikin, Nur, 2021, *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum*, Qiara Media, Pasuruan.
- Sriwidodo, Joko, dan Kristiawanto, 2021, *Memahami Hukum Perikatan*, Kepel Press, Yogyakarta.
- Subekti, 1984, *Hukum Perjanjian*, PT Intermasa, Jakarta.
- Tang, Vik, et al., 2023, *Fintech 2023 - Indonesia: Trends and Developments*, Hiswara Bunjamin & Tandjung in association with Herbert Smith Freehills, Jakarta.
- Widjaya, Gunawan, dan Yani Ahmad, 2000, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

B. Artikel Jurnal

- Amaliasari, Rizki dan Pande Yogantara S, “Kedudukan Hukum Influencer dalam Iklan Produk Kosmetika Menyesatkan”, *Jurnal Kertha Negara*, Vol. 9, No. 10, Agustus 2021, hlm. 791-802.
- Azizah, Fitria, “*Influencer* Pelaku *Endorsement* Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, *Al Qodiri: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Keagamaan*, Vol. 18, No. 3, Januari 2021, hlm. 567-581.
- Chen, Rongda, “Multidimensional Attention to Fintech, Trading Behavior and Stock Returns”, *International Review of Economics & Finance*, Vol. 83, Januari 2023, hlm. 373-382.
- Endrawati, Netty, “Tanggung Jawab Pelaku Usaha atas Iklan yang Menyesatkan”, *PERSPEKTIF*, Vol. XII, No. 4, Oktober 2006, hlm. 380-389.
- Erfiana, Windi dan Devi Purnamasari, “Strategi *Content Marketing Influencer* Melalui *Shopee Affiliate* Program Pada Instagram”, *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, Vol. 11, No. 2, Agustus 2023, hlm. 134-151.
- Fasya, Ilma Ainun Nabila, *et al.*, “Pelanggaran Etika Periklanan: Paradigma Tanggung Jawab Hukum *Influencer* Terhadap Perbuatan *Endorsement*”, *Jurnal MAHUPAS: Mahasiswa Hukum Unpas*, Vol. 1, No. 2, Juni 2022, hlm. 89-102.
- Gaol, Heru Saputra Lumban, dan Fransisca Yanita Prawitasari, “Kedudukan Pelaku Usaha dan Konsumen Dalam Hukum Perlindungan Konsumen (Kajian Terhadap Produk Mi Soun Mengandung Klorin)”, *Jurnal Yustika*, Vol. 21, No. 2, Desember 2018, hlm. 28-43.
- Hariyanti, Novi Tri dan Alexander Wirapraja, “Pengaruh *Influencer Marketing* Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)”, *Jurnal EKSEKUTIF*, Vol. 15, No. 1, Juni 2018, hlm. 133-146.
- Jarrar, Yosra, “Effectiveness of *Influencer Marketing* vs Social Media Sponsored Advertising”, *Utopía y Praxis Latinoamericana*, Vol. 25, No. 12, November 2020, hlm. 40-54.
- M., Sudha, dan Sheena K., “Impact of Influencers in Consumer Decision Process: The Fashion Industry” *SCMS Journal of Indian Management*, Vol. 14, No. 3, July-September 2017, hlm. 14-30.
- Noor, Nabila Annisa, dan Ahmad Sholikhin Ruslie, “Sistem Afiliator Binary Option pada Platform Binomo dalam Perspektif Hukum Islam”, *Bureaucracy Journal: Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, Vol. 2, No. 3, September-Desember 2022, hlm. 918-928.

- Paranna, Tri Nadya S. dan Christian Andersen, “Legal Liability of Influencers or Affiliates for Stock Pumping Activities and Promoting Trading in the Form of Binary Options”, *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, Vol. 2, No. 6, November 2022, hlm. 816-822.
- Rahmandini, Adifa, *et al.*, “Tanggung Jawab Influencer Dalam Pemasaran Produk Usaha Melalui Instagram”, *Zaaken: Journal of Civil and Business Law*, Vol. 2, No. 3, Oktober 2021, hlm. 456-468.
- Ramadhani, Rina, *et al.*, “Perlindungan Trader dalam Platform Investasi Online di Indonesia: Studi Kasus Platform Binomo”, *Wacana Paramarta Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 22, No. 1, Januari 2023, hlm. 87-93.
- Sondakh, Abigael Zonia, “Aspek Hukum Pelaku Usaha Periklanan Dan Produk Iklan Yang Melanggar Periklanan Menurut Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen”, *Lex Privatum*, Vol. 5, No. 3, Mei 2017, hlm. 5-13.
- Sugiharto, Shiya Azi dan Maulana Rezi Ramadhana, “PENGARUH KREDIBILITAS INFLUENCER TERHADAP SIKAP PADA MEREK (Studi pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom)”, *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*, Vol. VIII, No. 3, Desember 2018.
- Syamsudin, M. “Tanggungjawab Hukum pelaku Usaha Periklanan atas Produk Iklan yang Melanggar Etika Periklanan (Kajian Kritis terhadap UU Perlindungan Konsumen)”, *Jurnal Hukum Unisula*, Vol. XVII, No. 2, Juni 2008, hlm. 156-171.

C. Hasil Penelitian/ Tugas Akhir

- Adityaningsih, Asri, 2020, *Analisis Dukungan Selebgram Pada Niat Konsumen Melakukan Investasi Saham*, Tesis, Program Magister Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Damayanti, Fibryana, 2021, *Urgensi Pengaturan tentang Marketing Influencer dalam Perlindungan Konsumen*, Skripsi, Program Sarjana Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Madina, Ilma Hanifa, *et al.*, 2022, *Micro-Influencer Marketing Beauty Brand on Social Media*, Proceedings of the 24th International Conference on Human-Computer Interaction (HCI 2022) Part II, https://doi.org/10.1007/978-3-031-19682-9_6.
- Safitri, Yulianne, 2021, *Social Media Influencer Credibility and Social Influence on Intention to Use Fintech in Indonesia*, Proceedings of the 2nd International Conference on Interdisciplinary Arts & Humanities (ICONARTIES) 2020, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3800662>.

Woods, Steven, 2016, *#Sponsored: The Emergence of Influencer Marketing*, Chancellor's Honors Program Projects, University of Tennessee, Knoxville.

D. Internet

Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi Kementerian Perdagangan, "Kewenangan", <https://bappebti.go.id/kewenangan>, diakses 25 Juli 2024.

Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi Kementerian Perdagangan, "Pengaturan dan Penindakan Bidang Berjangka Komoditi", https://bappebti.go.id/resources/docs/artikel_2021_03_18_s6be6x9s_id.pdf, diakses 28 Agustus 2024.

Center of Economic and Law Studies (CELIOS) x Pluang, "Dampak Aplikasi Multi-Aset terhadap Pertumbuhan Investor Ritel", <https://pluang.com/id/blog/news-analysis/hasil-studi-pluang-celios>, diakses 23 Februari 2024.

Hukumonline, "Perbuatan Melanggar Hukum atau Wanprestasi?", <https://www.hukumonline.com/klinik/a/perbuatan-melanggar-hukum-atau-wanprestasi-cl2028/>, diakses 5 Agustus 2024.

International Trade Administration, "Indonesia-Financial Services (Financial Technology)", <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/indonesia-financial-services-financial-technology>, diakses 22 Februari 2024.

Jakpat, "Indonesia Fintech Trends 2023 - 2nd Semester of 2023", <https://blog.jakpat.net/indonesia-fintech-trends-2nd-semester-of-2023/>, diakses 23 Februari 2024.

Kumar, Sumit, *et al.*, "Indonesia's Fintech Industry Is Ready to Rise", <https://www.bcg.com/publications/2023/fintech-industry-indonesia-growth>, diakses 23 Februari 2024.

E. Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek voor Indonesië).

Kitab Undang-Undang Hukum Pidana.

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 1997 tentang Perdagangan Berjangka Komoditi.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Undang-undang Nomor 10 Tahun 2011 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 32 Tahun 1997 Tentang Perdagangan Berjangka Komoditi.

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik.

Undang-undang Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan.

Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Peraturan Pemerintah Nomor 49 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Perdagangan Berjangka Komoditi.

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan melalui Sistem Elektronik.

Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik.

Peraturan Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2020 tentang Penasihat Berjangka dan Wakil Penasihat Berjangka.

Peraturan Kepala Bappebti Nomor 83/Bappebti/Per/06/2010 tentang Tata Cara Pelaksanaan Kegiatan Promosi atau Iklan, Pelatihan. dan Pertemuan di Bidang Perdagangan Berjangka Komoditi.

F. Putusan Pengadilan

Putusan Mahkamah Agung Nomor 2029 K/Pid.Sus/2023.

Putusan Pengadilan Tinggi Banten Nomor 117/Pid.Sus/2022/PT. BTN.

Putusan Pengadilan Negeri Tangerang Nomor 1240/Pid.Sus/2022/PN.Tng.