

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrazurrahman. 1997. *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*. Jakarta: Yayasan Swana Bunny.
- Amna, Afina. (2019). Hijrah Artis Sebagai Komodifikasi Agama. *Dalam Sosiologi Reflektif*, Volume 14, No.2, April 2019.
- Adnan, G. (2021). Agama dan Tantangan Modernitas Dalam Perspektif Peter L. Berger. *Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia*. Anwar, C. (2018). Islam dan Kebhinekaan di Indonesia : Peran Agama Dalam Merawat Perbedaan. *Jurnal Pemikiran Islam*, 4(2), 1-18.
- Ansari, S. M. (2019). Integrity is foundation of character. Diakses dari <https://linkedin.com> atau Pulse atau Integrity Foundation-Character-Shadav-Mohammad-Ansari atau.
- Appadurai, Arjun.(1986). *The Social Life of Things : Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge : Cambridge University Press
- Arief, & Utomo, P. U. (2015). *Orde Media*. Yogyakarta : Insist Press.
- Aripin, Z., & Negara, M. R.P. (2021). *Perilaku bisnis : Etika Bisnis & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Quadrant.
- Asri, C., & Soehadha, M. (2022). Komodifikasi Agama : Studi Analisis Terhadap Tampilan Agama Di Intagram. *Mukaddimah : Jurnal Studi slam*, 7(1), 98-113.
- Aziz, A. (2020). Komodifikasi Agama dalam Bisnis Modern. *Jurnal Etika Bisnis*, 15(2), 101-115.
- Azra, A. (2008). *Komodifikasi Islam*. Retrieved Oktober 31, 2024, dari <https://uinjkt.ac.id/index.php/id/komodifikasi-Islam>.
- Bakker, A. & Zubair, A.C. (1990). *Metodologi Penelitian Filsafat*. Yogyakarta : Penerbit Kanisius.
- Black. (1825). *An Etymological and Explanatory Dictionary of Word Derived from the Latin*. 2<sup>nd</sup>. London : Longman.
- Brekent, G.G. & Beuchamp. 2010. *The Oxford Handbook of Business Ethics*. Oxford : Oxford University Press.
- Bertens, K. (2004). *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius.
- Bruce, S. (2002). *God God is Dead : Secularization in the West*. United States : Wiley-Blackwell.
- Butts, J. B., & Rich, K. L. (2016). *Nursing Ethics: Across the Curriculum and Into Practice*. Jones & Bartlett Learning.
- Campbell & Tsuria, R. (Eds.). (2021). *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media*. Routledge.
- Carter. 1996. *Integrity*. Harper Collins Pubs.

- Costa, K. (2007). *God at Work : Living Everyday with Purpose*. United Kingdom : Continuum Books.
- Darmodiharjo, D. (1995). *Pokok-Pokok Filsafat Hukum*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Darojatun, R., & Busro. (2024). Commodification of Religion in Marketing Communication for Sharia-Compliant Properties. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1). 10.15575/cjik.v8il.33784.
- Durin, R. (2020). Arti Penting Menjalankan Etika Dalam Bisnis. *Jurnal Valuta*, 6(1), 32-40.
- Fakhruroji, M. (2010). Komodifikasi Agama Sebagai Masalah Dakwah. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 5.
- Fealy, G. (2008). Consuming Islam : Commodified Religion and Aspirational Piety in Indonesia. *Expressing Islam : Religious Life and Politics in Indonesia*, 15-39.
- Ferrell, O. C., Fraedrich, J., & Ferrell, L. (2011). *Business Ethics: Ethical Decision Making & Cases*. Cengage Learning.
- Gumilar, A. (2017). Etika Bisnis Dalam Nilai-Nilai Islam. *Jurnal STISIPBP*, 1(2).
- Gökarıksel, B., & McLarney, E. (n.d.). Muslim Women, Consumer Capitalism, and the Islamic Culture Industri. *Journal of Middle East Women's Studies*, 6(3), 1-18.
- Haryanto, D & Kartika, B.A. (2017). Komodifikasi Agama pada Media Sinema sebagai Strategi Jualan Industri Perfilman Indonesia. *Journal of Urban Society Arts*, 4 (2), 61-70.
- Hasan, I. & Shidqiyyah. (2024,12 November). *Viral Masjid Nurul Ashri Yogyakarta bikin jastip susu dan sayur petani yang merugi, gaetjamaah.Liputan6.com*  
<https://liputan6.com/hot/read/5784366/viral-masjid-nurul-ashri-yogyakarta-bikin-jastip-susu-dan-sayur-petani-yang-merugi-gaet-jamaah>.
- Hasoloan, A. (2018). Peranan Etika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis. *Jurnal Dharmawangsa*, 57.
- Hawari, D. (2001). *Do'a dan Dzikir Sebagai Pelengkap Terapi Media*. Dana Bhakti Primayasa.
- Husna, A. (2018). Komodifikasi Agama : Pergeseran Praktik Bisnis Dan Kemunculan Kelas Menengah Muslim. *Jurnal Komunikasi Global*, 2.
- Ibrahim, I. S., & Akhmad, B. A. (2014). *Komunikasi dan Komodifikasi : Mengkaji media dan budaya dalam dinamika globalisasi*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

- Ibrahim. (2018). *Metodologi Penelitian Perspektif Aqidah dan Filsafat*. Makassar: Carabaca.
- Ibrahim, & Akhmad. (2014). *Komunikasi dan Komodifikasi*. Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Irawan, Rudi. (2011). *Pengaruh Experiential Marketing terhadap Loyalitas penumpang Costa Club*. Skripsi. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Jacobs, D.C. 2004. *A Pragmatist Approach to Integrity in Business Ethics*. *Journal of Management Inquiry*, 13 (3), 215-233.
- Jati, R. (2015). Islam Populer Sebagai Pencarian Identitas Muslim Kelas Menengah Indonesia. 5,(1). 139-163.
- Kadirov, D. (2019). *Islamic Marketing, Theories, Practices, and Perspective*. Porirua, New Zealand : Conscientia Capital Press.
- Kansil, C.S.T. (1995). *Pokok-Pokok Etika Profesi*. Jakarta : Pradnya Paramita.
- Kaelan. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif bidang Filsafat*. Yogyakarta : Paradifma.
- Karlina, L.(2025). *Muslimah Berdaya : Menggapai Potensi Tanpa Mengorbankan Identitas*. MC Publishing.
- Kholqiana, A., Fauzianin, Q., & Azzahra, S. T. (2020). Representasi komodifikasi simbol religi dalam iklan Wardah. *Jurnal Audiens*, 1(2), 193-198.
- Kartajaya, & Sula, M. S. (2006). *Syariah marketing*. Mizan Pustaka.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, R. (2003). Antecedents of consumer trust in b-to-c electronic commerce. *Proceedings of Ninth Americas Conference on Information Systems*, 157-167.
- Kinasih, C. L. T. M. (2020). Tantangan Etika Bisnis Dalam Dunia Bisnis Sebuah Refleksi Filosofis Tentang Pentingnya Etika Bisnis Dalam Dunia Bisnis. *Syntax Literate : Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(12).
- Kitiarsa, P. (2007). *Religious Commodifications in Asia: Marketing Gods*. Taylor & Francis.
- Klinken, G. v., Klinken, G. A. v., & Berenschot(Eds.). (2014). *In Search of Middle Indonesia: Middle Classes in Provincial Towns*. Brill.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework for Marketing Management*. Pearson.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (1996). *Principle of Marketing Seventh Edition*. Simon & Schuster (Asia).
- Kristina. (2024, 24 Juli). *Viral Masjid di Jogja Borong 9 Ton Sayur Petani Untuk Dibagi ke Jemaah*. detikHikmah. <https://detik.com/hikmah/khazanah/d-7454072/viral-masjid-di-jogja-borong-9-ton-sayur-petani-untuk-dibagi-ke-jemaah>.

- Lovelock, C. & Wirtz,(2011). *Pemasaran Jasa Perspektif edisi 7*. Jakarta : Erlangga.
- Lubis, M.(1997). *Manusia Indonesia*. Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Lukens-Bull, R. (2007). *Commodification of Religion and The 'Religification of Commodities : Youth Culture and Religious Identity*. Dalam *Religious Commodification in Asia*. Editor : P Kitiarsa. Taylor & Francis e-Library, London : Routlege.
- Jayanto, D. D. (2020). Membaca Fenomena Menguatnya Perayaan"Islamisasi" di Indonesia Pasca Reformasi. *Kawistara*, 10(1), 101 115.
- Mayangsari, dkk. (2021). *Integritas : Konsep dan Praktik dalam Bisnis*. Depok : PT Rajawali Buana Pustaka.
- Meliala, A.E. (1993). *Praktik Bisnis Curang*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Maududi, A. A. (1975). *The Economic Problem of Man and Its Islamic Solution*. *Lahore: Islamic Publications*.
- Maulida, L. & Witro, D. (2022). Komodifikasi Simbol-simbol Agama di Kalangan Kelas Menengah Muslim di Indonesia. 2 (2), 137-152.
- Mishra A., dkk. (2015). *Harmful effect of Nicotine*. *Indian J Med Paediatr Oncol*.
- Mulyadi, dkk. (2024). Analisis Penipuan Online Melalui Sosial Media Dalam Perspektif Kriminologi. *Media hukum Indonesia*, 2 (2), 74-82.
- Muslim, M. (2017). Urgensi Etika Bisnis Di Era Global. *ESENSI*, 20(2).
- Mustiawan & Febrianita, R. (2020). Komodifikasi Nilai-Nilai Islam pada Logo Halal Mcdonald's. 7(02), 91-99.
- Muhammad, F., & Ahmad, M. I. 2021. *Fikih Bisnis Syariah Kontemporer*. Jakarta : Prenada Media.
- Nasution, A.M. (2018). Batasan Mengambil Keuntungan Menurut Hukum Islam. *Jurnal El-Qanuniy: Jurnal Ilmu-Ilmu Kesyariahan dan Pranata Sosial*, 4(1), 88-100.
- Niam, M.D. (2023). Menakar Kembali Otoritas Ulama : Antara Kesalehan dan Komodifikasi Agama. *Jurnal Kajian Islam Interdisipliner*. 8(2) 135-160.
- Nizar, M. A. (2015). *Middle Class and Its Implication for the Indonesian Economy*. *Munich Personal RePEc Archive*, 1-19.
- Noviandi, F. & Priyambodo, A. (2024, 13 November). *Berbagai Keluhan Konsumen Soal Rokok Herbal Ustadz Solmed diminta ditarik Edar*. Suara.com.

- Nurbaity. (2011). Peranan Garam-Garam Anorganik dalam Tubuh sebagai Prinsip Dasar pada Sistem Pengobatan secara Biokimia. *Jurnal Mesomeri 1 FMIPA UNJ* 21-27.
- Olson, L. M. (1998a). *The assesment of moral integrity among adolescents an adults*. Dissertation. University of Winconsin Madison.
- Pakpahan, S.R. 2008. *Etika Bisnis Kondusian dan Kesuksesan Pengelolaan Perusahaan Etnis Cina di Indonesia (Studi Kasus : Perusahaan Kecap Bango)*. Skripsi Universitas Indonesia.
- Pfeifer, K. (2001). Islamic Business and Business as Usual: A Study of Firms in Egypt. *Development in Practice*, 11(1), 20-33. Pratley, P. 1997. *Etika bisnis*. Andi.
- Prihartini Wd. (2024, 26 Januari). *Ustadz Solmed tekuni rokok, begini awal mulanya*. *Espos Entertainment*. <https://entertainment.espos.id/ustaz-solmed-tekuni-bisnis-rokok-begini-awal-mulanya1850222>.
- Putri, A., Siska, P., & Hellyani, C. A. (2024). Dampak Komunikasi Pemasaran melalui Emotional Advertising|terhadap Keputusan Pembelian. *Prosiding SENAM 2024: Ekonomi & Bisnis*, 4, 119-127.
- Putri, E.F.(2023). *Komodifikasi Agama pada Layanan Kedukaan di Grand Heaven Surabaya*. Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Rahmat, P.S. (2009). Penelitian Kualitatif. *Journal Equilibrium*. 5(9).
- Rest, J. (1986). *Moral Development : Advance in Research and Theory*. New York : Prager.
- Ridho, A., Saniah, M., S, J. P., & Warsah, I. (2023). Manipulasi Religiusitas: Analisis Kritis Terhadap Fenomena Pendistorsian Nilai-Nilai Sakral Agama Di Indonesia. *Al-AfkarJournal for Islamic Studies*, 6(2), 31-48.
- Robinette, S., Brand, C., & Lenz, V. (2000). *Emotion Marketing: The Hallmark Way of Winning Customers for Life*. McGraw-Hill Education.
- Rogers,C.R. (1995). *On becoming a person : A therapist's view of psychotherapy*. Houghton Mifflin Harcourt.
- Rudnyckyj,D.(2011). *Spiritual economies:Islam, globalization and the afterlife of development*. Cornell University Press.
- Schumman, O. (2014). *Agama-Agama Kekerasan dan Perdamaian*. Jakarta : BPK Gunung Mulia.
- Skeat(1888). *An Etymological Dictionary of English Language*. 2<sup>nd</sup> ed Oxford : Clarendon Press.
- Sodiq, F. (2024, Maret 25) *Tren Umrah mandiri : Alternatif Ibadah Hemat*. *BBC News*. <https://bbc.com/indonesia/articles/c3g40ev33mmo>.

- Yustati, H. (2017). Implikasi Strategi Pemasaran Melalui Komodifikasi Agama di Indonesia. *Al-Intaj*, 3(2).
- Yusuf, I. (2024, Desember). *Transformasi Media Sosial dan Pengaruhnya terhadap Komoditas Garam Ruqyah di Indonesia*. Kompasiana. [https://kompasiana.com/irvanyusuf3135/6761da15ed64157295101662/transfrmasi-media-sosial-dan-pengaruhnya-terhadap-komoditas-garam-ruqyah-di-indonesia?page=2&page\\_images=1](https://kompasiana.com/irvanyusuf3135/6761da15ed64157295101662/transfrmasi-media-sosial-dan-pengaruhnya-terhadap-komoditas-garam-ruqyah-di-indonesia?page=2&page_images=1).
- Yuswohadi. (2015). *Marketing to The Middle-Class Muslim*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Zailani, M. R., & Ulinuha, R. (2023). Komodifikasi Agama Sebagai Identitas Kesalehan Sosial. *Jurnal Riset Agama*, 3(1), 249-365.