

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H., Sartika, M., & Ulama'i, A. H. A. (2019). Halal lifestyle di Indonesia. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 57–81.
- Ahmad, B. (2020). Analisis Respon Pelaku Usaha Minuman Kopi (Coffee Shop) Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(2), 165–174. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n2.p165-174>
- Alfarizi, M. (2023a). Peran Sertifikasi Halal Dan Kepatuhan Praktik Halal Terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan: Investigasi Pemodelan Empiris Sektor Umkm Kuliner Nusantara. *Harmoni*, 22(1), 93–116. <https://doi.org/10.32488/harmoni.v22i1.654>
- Alfarizi, M. (2023b). Peran Sertifikasi Halal Dan Kepatuhan Praktik Halal Terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan: Investigasi Pemodelan Empiris Sektor Umkm Kuliner Nusantara. *Harmoni*, 22(1), 93–116.
- Amane, A. P. O., Kertati, I., Hastuti, D., Shodiq, L. J., & Ridho'i, M. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif: Perspektif bidang ilmu Sosial*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Amry, A. D., Pebrianti, S., Fajarwati, L., Narti, D., & Monaliza, M. S. (2024). Peran Sertifikat Halal Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Muslim Pada Produk Makanan Dan Minuman Di Kota Jambi. *Ekonomi Revolusioner*.
- Bahari, D. F., Zuhirsyan, M., Wathan, H., & Marpaung, M. (2022). Jurnal Bilal. *Jurnal Bilal: Bisnis Ekonomi Halal*, 3(2), 120–129.
- Basmala, L., Handayani, S., & Hafisah, D. A. (2018). *Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah* (S. Hani (ed.)). Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Camelia, I., Achmad, L. I., Ainulyaqin, M. H., & Edy, S. (2024). Analisis Peran Sertifikasi Halal Pada Bisnis UMKM Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(2), 1474–1484.
- Dadan, S. (2019). Representasi Perubahan Sosial Dalam Desain Kaus Oblong Banyumasan. *Sosiohumaniora*, 21(1), 83–89.
- Fadila, F. (2021). Pengaruh Kinerja Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Ukm Spoccat Sepatu Cibaduyut Kota Bandung. *Business Preneur: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(1), 1–19.
- Fadilah, N. (2020). Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah. *Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*, Vol 1 No 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.58401/salimiya.v1i2.168>
- Fitri, R. (2024). Sertifikasi Halal Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 5(2). <https://doi.org/10.32815/jpro.v5i2.2326>
- Fuadi, M. S. (2023). *Analisis Strategi Pemasaran Portugis Coffee Menggunakan*

*Logo Halal*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

- Haninda, R. N., Mahsun, A., & Saputro, D. R. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Mobil Merk Daihatsu Sigrada pada PT. Armada International Motor Surabaya. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 3(2), 49–60.
- Hardiyanti, N. Y., & Puspa, R. (2021). Coffee culture di Indonesia: Pola konsumsi konsumen pengunjung kafe, kedai kopi dan warung kopi di Gresik. *Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(2), 93–106.
- Hasan, H. (2022). Pengembangan sistem informasi dokumentasi terpusat pada stmik tidore mandiri. *Jurasik (Jurnal Sistem Informasi Dan Komputer)*, 2(1), 23–30.
- Herdayani, S. P., Pd, S., & Syahril, S. T. (2019). Desain Penelitian Dan Teknik Pengumpulan Data Dalam Penelitian. *ISSN 2502-3632 ISSN 2356-0304 J. Online Int. Nas. Vol. 7 No. 1, Januari–Juni 2019 Univ. 17 Agustus 1945 Jakarta*, 53(9), 1689–1699.
- Huwae E, V., & Tabelessy, W. (2025). *Perilaku Konsumen* (M. Suardi (ed.)). Azka Pustaka.
- Kalbarini, R. Y. (2022). Label Halal dan Dampaknya terhadap Pendapatan Usaha Maha Bakery di Kota Pontianak. *Halal Research Journal*, 2(1), 26–35. <https://doi.org/10.12962/j22759970.v2i1.226>
- Lestari, S. (2021). *Pengaruh Aspek Keuangan, Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM), dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Ponorogo*. IAIN PONOROGO.
- Maisyarah Rahmi, H. S. (2021). *Maqasid Syariah Sertifikasi Halal*. Bening Media Publishing.
- Makhrus, M., & Saepudin, E. (2023). Gerakan Filantropi Islam Berbasis Media Sosial dan Implikasinya Terhadap Pemberdayaan Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 1906–1919.
- Mappasere, S. A., & Suyuti, N. (2019). Pengertian Penelitian Pendekatan Kualitatif. *Metode Penelitian Sosial*, 33.
- Muawwanah, S. H., & Makhtum, A. (2022). -Analisis Persepsi Sertifikasi Halal Pada Pelaku Usaha Kecil Mikro Di Kabupaten Sumenep. *Jurnal Bilal: Bisnis Ekonomi Halal*, 3(2), 140–148.
- Muhaimin, S. P. I., Merina, B., IP, S., & Dev, M. E. (n.d.). *Ondoafi: Pemimpin Tradisional di Tengah Perubahan Zaman*. Jakad Media Publishing.
- Mutamimah, F., Fahlefi, R. S., Saraswati, H., Sudrajat, B., & Hidayat, W. (2023). Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Ice Cream Mixue Ciceri Kota Serang). *Moneta: Jurnal Manajemen & Keuangan Syariah*, 2(1), 18–34.
- Nurjanah, N., Murniyetti, M., Wirdati, W., & Ikhlas, A. (2022). Urgensi Sertifikasi Halal pada Coffee Shop di Indonesia. *ISLAMIKA*, 4(4), 903–915.

- Oroh, A., Kumurur, V. A., & Warouw, F. (2019). Analisis Karakteristik Wilayah Peri Urban Berdasarkan Aspek Fisik Di Kecamatan Pineleng Kabupaten Minahasa. *SPASIAL*, 6(2), 388–397.
- Pramestiningrum, D. R., & Iramani, R. (2020). Pengaruh literasi keuangan, financial capital, dan kebijakan pemerintah terhadap kinerja usaha pada usaha kecil dan menengah di Jawa Timur. *J. Bus. Bank*, 9(2), 279–296.
- Putri, S. M., Demiyawati, D., & Hariadi, H. (2020). Pengaruh Keunggulan Bersaing dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Studi Empiris pada UMKM di Kabupaten Rokan Hilir). *Journal of Public and Business Accounting*, 1(2), 43–53.
- Rahim, S., Sari, T. H. P., & Wahyuni, N. (2023). Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Peningkatan Pendapatan Penjualan Usaha di Sektor Food And Beverage Kota Makassar. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12(1), 69–78.
- Rangkuti, F. (2011). *SWOT Balanced Scorecard*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Raniya Fathin, R., Lubis Honeyta, P., & Kesuma Meldi, T. (2024). *Dampak Social media Marketing dalam Kepercayaan Konsumen* (Halimatussakdiah, M. Saddaq, & D. Djumrianti (eds.)).
- Rasmikayati, E., Afriyanti, S., & Saefudin, B. R. (2020). Keragaan, Potensi dan Kendala pada Usaha Kedai Kopi di Jatinangor: Kasus pada Belike Coffee Shop dan Balad Coffee Works. *Agritekh*, 1(01), 26–45. <https://doi.org/10.32627/agritekh.v1i01.7>
- Ridwan, M., Suhar, A. M., Ulum, B., & Muhammad, F. (2021). Pentingnya penerapan literature review pada penelitian ilmiah. *Jurnal Masohi*, 2(1), 42–51.
- Rizki, R. F. W., Agus, R., & Marpaung, M. (2023). *Pengaruh Label Halal, Inovasi Produk, dan Digital Marketing terhadap Kinerja UMKM Kuliner. Vol 4 No 1*.
- Rosita, A., Suzaini, S., Takwa, W. H., & Hasan, Z. (2023). Implementasi Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Umkm Di Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis. *PRIMER: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 92–97. <https://doi.org/10.55681/primer.v1i2.54>
- Ruane, J. M., Mustika, M. S., & Zakkie, I. M. (2021). *Penelitian Lapangan; Saksikan dan Pelajari: Seri Dasar-Dasar Metode Penelitian*. Nusamedia.
- Saepudin, E. (2021). *Integrasi Value Chain Pariwisata Halal Terhadap Pembiayaan Bank Syariah Dalam Ekosistem Pariwisata Halal Di Lombok*.
- Saepudin, E. (2022). Ekosistem industri halal. *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities*, 5, 15–17.
- Saepudin, E., & Mukarromah, S. (2018). Strategi Pemasaran Perbankan Syariah di Banyumas. *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, 19(2), 41–58.
- Saepudin, E., & Surya, M. E. (2017). Model Produktivitas Kerja Ditinjau Dari Perspektif Al Quran. *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, 57–74.

- Saepudin, E., & Wage, W. (2023). Model edukasi perbankan syariah bagi warga milenial muhammadiyah di banyumas. *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, 24(1), 79–107.
- Setiadi, N. J., & Se, M. M. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga* (Vol. 3). Prenada Media.
- Sholihah, N. A., Shi, M., & Kunir, S. T. A. I. D. (2023). Bab 3 Prosedur Sertifikasi Halal Oleh Lppom Mui. *Industri Halal Di Indonesia*, 26.
- Siswanti, T. (2020). Analisis pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Bisnis & Akuntansi Unsurya*, 5(2).
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi kedua). Alfa Beta.
- Suhardi, B., Wardani, S. V., & Jauhari, W. A. (2019). Perbaikan Proses Produksi Ikm Xyz Berdasarkan Kriteria Cppb-Irt, Wise, Dan Sjh Lppom Mui. *J@ Ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 14(2), 93–102.
- Wachdijono, W., & Yahya, A. C. (2021). Persepsi Konsumen Terhadap Keberadaan Coffee Shop Dan Barista Pada Era Pemasaran Kopi Ke Tiga. *Paradigma Agribisnis*, 4(1), 11–24.
- Wahyuningsih, D. S. (2021). Analisis Respon Konsumen Muslim Terhadap Kedai Kopi Yang Belum Bersertifikat Halal. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (EMBISS)*, 2(1), 1–14.