

DAFTAR PUSTAKA

- Afronyati, A. 2014. Urgensi Label Halal dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Muslim. Yogyakarta: Deepublish.
- Arikunto, S. 2013. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Cetakan ke-15). Jakarta: Rineka Cipta.
- Amanusa. 2023. Manfaat Sertifikasi Halal bagi Pelaku Usaha: Studi pada Rumah Potong Ayam. Jakarta: Amanusa Institute.
- Arifin, M. 2013. Ilmu Konsumen: Teori dan Praktik dalam Perspektif Islam. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Arifin, J. 2019. Persepsi Konsumen Terhadap Sertifikasi Halal pada Produk Makanan dan Minuman. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(1), 23–32.
- Badan Pusat Statistik Kota Padang. 2023. Kecamatan Bungus Teluk Kabung dalam Angka 2023. Padang: BPS Kota Padang.
- BPJPH. 2021. Buku Pedoman Sertifikasi Halal Nasional. Jakarta: Kemenag RI.
- BPJPH. 2022. Panduan Sertifikasi Halal. Jakarta: Kementerian Agama RI.
- BSN. 2009. SNI 01-6160-1999 tentang Rumah Potong Unggas. Jakarta: Badan Standardisasi Nasional.
- Butarbutar, G. R. 2016. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Dinas Pariwisata Kota Padang. 2022. Laporan Tahunan Perkembangan Pariwisata.
- Durrotul, H. F. 2019. Sertifikasi Halal Di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, Dan Implementasi. *Journal of Halal Product and Research* 2(2), 69.
- Fauziah, R., dan Hendra, D. 2020. Persepsi dan Tindakan Pelaku Usaha Mikro terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(1), 55–64.
- Fowler, F. J. 2013. Survey Research Methods (5th ed.). Sage Publications.
- Halal, A. 2023. Halal Thayyiban: Konsep dan Aplikasinya dalam Konsumsi Muslim. Jakarta: Penerbit Islami.
- Hasan, H. 2016. Konsep Halal dalam Produk Konsumen. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Hasanah, U., Putri, R. N., dan Hidayat, R. 2022. Persepsi Pelaku Usaha terhadap Sertifikasi Halal di Indonesia. *Jurnal Halal dan Industri*, 4(1), 45–53.

- Hughes, J., & Malik, N. 2017. *The Global Halal Market: Key Trends and Opportunities*. London: Thomson Reuters.
- Janah, A. M., dan Makhtum, A. 2023. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Sertifikasi Halal Pada Rumah Makan Bebek Sinjay Tangkel Bangkalan. *Maro; Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 6(2), 369-376.
- Joanes J., Soffian A, A., Goh X. Z. dan Kadir S. 2014. *Persepsi dan Logik*. Johor Bahru Malaysia: Universiti Teknologi Malaysia.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. 2022. *Strategi Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia*. Jakarta: Kemenparekraf
- RI. Kotler, P., and Keller, K. L. 2012. *Marketing Management* (14th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., and Keller, K. L. 2016. *Marketing Management* (15th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Lada, S., Tanakinjal, G. H., dan Amin, H. 2009. Predicting intention to choose halal products using theory of reasoned action. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2(1), 66–76. <https://doi.org/10.1108/17538390910946276>
- Lestari, N., dan Yulianti, R. 2021. “Peran Komunitas Usaha dalam Mendorong Sertifikasi Halal pada UMKM”. *Jurnal Pengembangan Ekonomi Syariah*, 9(1), 45–53.
- Lestari, R., dan Astuti, R. 2021. *Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Kepercayaan Konsumen dan Akses Pasar Produk UMKM*. Jakarta: Penerbit Ekonomi Syariah Press.
- LPPOM MUI. 2021. *Halal Assurance System: Sistem Jaminan Halal untuk Produk Makanan, Minuman, Obat, dan Kosmetika*. Bogor: LPPOM MUI.
- Muawwanah, S. H., dan Makhtum, A. 2022. Analisis Persepsi Sertifikasi Halal Pada Pelaku Usaha Kecil Mikro Di Kabupaten Sumenep. *Jurnal BILAL: Bisnis Ekonomi Halal*, 3(2), 140-148.
- Mubarok, H. 2020. *Manajemen Rumah Potong Hewan dalam Perspektif Halal*. Yogyakarta: Deepublish.
- Muladno, Syamsu, K., Nuraini, H., dan Supratikno. 2022. *Kerangka modernisasi*.
- Ningrum, R. T. 2022. Problematika Kewajiban Sertifikasi Halal bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Kabupaten Madiun. *Istithmar*, 6(1), 43- 58.
- Notoatmodjo, S. 2012. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nugroho, F., dan Yuliana, T. 2021. *Psikologi Konsumen dan Respons terhadap Stimulus Produk Halal*. Yogyakarta: Deepublish.

- Nurdin, M. 2016. Persepsi dan Partisipasi Masyarakat dalam Implementasi Sertifikasi Halal. *Jurnal Hukum Islam dan Sosial Kemasyarakatan*, 3(2), 45–55.
- Nurdin, H., dan Syamsuddin, A. 2021. Peran Sertifikasi Halal dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Pangan Lokal. *Jurnal Halal Studies*, 3(2), 45–56.
- Peraturan Menteri Pertanian RI No. 13 Tahun 2010 tentang Persyaratan Rumah Potong Hewan Unggas dan Unit Penanganan Daging Unggas.
- Prabowo, R., dan Hidayati, D. 2020. “Pengaruh Sosial dan Lingkungan terhadap Niat Pelaku Usaha dalam Sertifikasi Halal”. *Jurnal Ekonomi Islam*, 5(2), 110–118.
- Prasetijo, L. E., dan Ihalauw, J. J. O. I. 2005. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi.
- Puspitasari, L. 2021. Komunikasi Sertifikasi Halal pada Peternak Unggas Skala Kecil. *Jurnal Agribisnis dan Peternakan*, 9(2), 103–112.
- Puspita Ningrum. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Individu. Yogyakarta: Deepublish.
- Purnomo, M., dan Sari, D. A. 2020. Analisis Potensi Ekonomi Lokal dalam Mendukung Pangan Halal di Wilayah Pesisir. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Halal*, 4(1), 23–34.
- Qardhawi, Y. 2007. Halal dan Haram dalam Islam. Jakarta: Robbani Press.
- Rachmatullah, A., dan Muslichah, I. 2020. Persepsi Pelaku Usaha terhadap Biaya dan Prosedur Sertifikasi Halal. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 7(3), 293–305. <https://doi.org/10.20473/vol7iss20203pp293-305>
- Rahmawati, I., dan Sari, D. 2021. Strategi Branding Produk Halal di Usaha Kecil dan Menengah. Jakarta: Literasi Nusantara.
- Ramadhan, A., dan Yusuf, M. 2021. “Analisis Persepsi Pelaku Usaha Terhadap Sertifikasi Halal”. *Jurnal Halal dan Keamanan Pangan*, 6(2), 80–90.
- Robbinss, S. P., dan Judge, T. A. 2013. *Organizational behavior* (15th ed.).
- Rogers, E. M. 2003. *Diffusion of Innovations*. 5th ed. New York: Free Press.
- Rohman, A. 2014. *Manajemen Produk Halal*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sangadji, E. M., dan Sopiah. 2010. *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Sari, M. N., dan Mustofa, A. 2020. Tantangan Sertifikasi Halal di Rumah Potong Hewan Rakyat. *Jurnal Peternakan Tropis*, 7(1), 55–62.
- Schiffman, L. G., and Wisenblit, J. L. 2015. *Consumer Behavior* (11th ed.). Pearson Education.

- Setiawan, D., dan Saryono. 2011. *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Nuha Medika.
- Setyowati, D., dan Azzahra, N. A. 2021. Efektivitas Digitalisasi Proses Sertifikasi Halal oleh BPJPH. *Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, 5(1), 45–56.
- Solomon, M. R. 2017. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (12th ed.). Pearson Education.
- Sugiyono. 2013. *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, M., Sutrisno, E., & Widodo, W. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suhanah, S., dan Asnawati, A. 2022. *Peran Pemerintah dan Lembaga Pendamping dalam Sertifikasi Halal*. Jakarta: Penerbit Aksara Mandiri.
- Sulastri, E. 2021. Faktor Penghambat Sertifikasi Halal di Usaha Mikro. *Jurnal Halalan Thayyiban*, 5(2), 98–106.
- Suriyani, M. 2019. Pergeseran Kewenangan MUI dalam Memberikan Jaminan Produk Halal Pasca Lahirnya Undang- Undang Nomor 33 Tahun 2014. *Jurnal Hukum Samudra Keadilan*, 14(1), 25-44
- Sutabri, T. 2018. *Konsep Dasar Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Syauqi, M. 2020. *Fiqh Halal dan Haram dalam Muamalah Kontemporer*. Jakarta: Kencana.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.
- Walgito, B. 2010. *Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi.
- Wibowo, A., Ramadhani, F., & Fauzi, I. 2020. "Tantangan UMKM dalam Mengakses Sertifikasi Halal". *Jurnal Manajemen Halal*, 3(1), 45–55.
- Yulianti, E., dan Amin, A. 2021. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Pelaku Usaha dalam Mengurus Sertifikasi Halal. *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*, 18(2), 101–109.
- Yuniarti, R. 2015. Persepsi Konsumen terhadap Label Halal pada Produk Makanan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(1), 45–55.