

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Ahmadi, W. S. (2004). *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Agus, P. A. (2017). Kedudukan Sertifikasi Halal Dalam Sistem Hukum Nasional Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen Dalam Hukum Islam. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1(1), 150–165.
- Ali, M. (2016). Konsep Makanan Halal dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung Jawab Produs Atas Produsen Industri Halal. *AHKAM : Jurnal Ilmu Syariah*, 16(2), 291–306.
- Amir, A. (2016). Pola dan Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim di Provinsi Jambi (Telaah Berdasarkan Tingkat Pendapatan dan Keimanan). *Jurnal Perspektif Pmbiayaan Dan Pembangunan Daerah*, 4(2), 73–88.
- Ancok, D., & Suroso, F. N. (2011). *Psikologi Islami : Solusi Islam atas Problema-problema Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Andrinof A. Chaniago. (1998). *Ekonomi 2*. Bandung: Angkasa.
- Anthony Giddens. (1991). *Modernity and Self-Identity*. California: Stanford University Press.
- Apriyantono, A. (2005). *Makanan dan Minuman Halal: Kaitan antara Syar'i, Teknologi dan Sertifikasi*. Bandung: Kiblat Buku Utama.
- Arif, N. R. Al. (2010). *Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*. Jakarta: Kencana.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Kebijakan Fiskal. (2019). *Tinjauan Ekonomi, Keuangan, & Fiskal Edisi IV*. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. (2010). *Penduduk Indonesia : Hasil Sensus Penduduk 2010*. *Badan Statistik Indonesia*, 706. Retrieved from <https://www.bps.go.id/>
- Boediono. (1982). *Ekonomi Makro*. Yogyakarta: BPFE Universitas Gajah Mada.
- Charles W. L. Hill. (2008). Global Business Today. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (5th ed.). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Departemen Agama RI. (2003). *Tanya Jawab Seputar Produksi Halal*. Jakarta: Bagian Proyek Sarana & Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam & Penyelenggaraan Haji Departemen Agama Republik

Indonesia.

- Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Banten. (2018). Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Banten Tahun 2018. Retrieved from <https://statistik.bantenprov.go.id/ekonomi/koperasi>
- Djaali. (2008). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Fatmasari Sukesti, & Mamdukh Budiman. (2014). the Influence Halal Label and Personal Religiosity on Purchase. *International Journal of Business, Economics and Law*, 4(1), 2012–2015.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Frese, M., Baron, R. A., & Baum, J. R. (2014). The Psychology of Entrepreneurship. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1(March 2014), 413–438. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-031413-091326>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (1991). *Analisis Butir untuk Instrumen Angket, Tes, dan Skala Nilai*. Yogyakarta: FP UGM.
- Hanim Yusuf, A., Abdul Shukor, S., & Salwa Ahmad Bustamam, U. (2016). Halal Certification vs Business Growth of Food Industry in Malaysia. *Journal of Economics, Business and Management*, 4(3), 247–251.
- Hasrul Azwar, H., Muhammad Dharma, T. P. N., & Fauziah, A. (2017). The Effect of Halal Label , Halal Awareness and Brand Image on Consumer Intention to Buy. *International Journal for Innovative Research in Multidisciplinary*, 3(11), 140–147.
- Hermawan Kertajaya. (2010). *Brand Operation*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Hidayat, A. S., & Siradj, M. (2015). Sertifikasi Halal dan Sertifikasi Non Halal pada Produk Pangan Industri. *AHKAM : Jurnal Ilmu Syariah*, 15(2), 199–210.
- Huda, N. (2012). Pemahaman Produsen Makanan tentang Sertifikasi Halal (Studi Kasus di Surakarta). *Ishraqi*, 10(1), 1–13.
- Iwan Zainul Fuad. (2010). Kesadaran Hukum Pengusaha Kecil Di Bidang Pangan Dalam Kemasan Di Kota Semarang Terhadap Regulasi Sertifikasi Produk Halal (Vol. 9). Universitas Diponegoro.
- Jalaludin Rahmat. (1996). *Psikologi Agama*. Jakarta: Raja Grafindo.

- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. (4th Editio). New Jersey: Pearson Education.
- KEMENKOPUKM. (2018). Perkembangan Data Usaha Mikro , Kecil , Menengah Dan Usaha Besar.
- Kistanto, N. H. (2011). Sistem Sosial-Budaya Indonesia. *Fakultas Sastra Universitas Diponegoro*, 1.
- Kuncoro, M. (2004). *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- M. Quraish Shihab. (1999). *Fatwa-fatwa M. Quraish Shihab: seputar ibadah dan muamalah*. Bandung: Mizan.
- Mankiw, N. G. (2001). *Principles of Microeconomics* (2nd ed.). Philadelphia: Harcourt College Publisher.
- Marzuki, S. Z. S., Hall, C. M., & Ballantine, P. W. (2012). Restaurant managers' perspectives on halal certification. *Journal of Islamic Marketing*, 3(1), 47–58.
- Mas'ud, F. (2017). *Manajemen Bisnis Berbasis Pandangan Hidup Islam*. Semarang: Undip Press.
- Moss, D., Cisternino, J., Stiglitz, J., Barr, M. S., Mullainathan, S., Shafir, E., ... Ruggie, J. (2009). New Perspectives on Regulation. In *Tobin Project Website*.
- Muhammad Yusuf Al-Qardhawi. (1980). *Halal wal haram fil Islam*. Terj. Mu'ammal Hamidy. *Halal dan Haram dalam Islam*. Surabaya: PT Bina Ilmu.
- Mursi, A. H. (1997). *SDM Yang Produktif: Pendekatan Al-Quran dan Sains*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Nooh, M., Nawai, N., & Mohd Dali, N. R. S. (2007). Halal branding: An exploratory research among consumers in Malaysia. *UNITEN International Business Management*.
- Nurfitria, N., & Hidayati, D. R. (2011). Analisis Perbedaan Omzet Penjualan Berdasarkan Jenis Hajatan Dan Waktu (Studi Pada Catering Sonokembang Semarang). *E-Journal Undip*, 1–28.
- Nursinta Harmaniar. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Demografi terhadap Keputusan Membeli Smartphone Blacberry. *Tazkiya Journal of Psychology*, 04, 117–128.
- Nurul Cholidiyah, R. A. M. (2018). Perilaku Produsen Menurut Yusuf Qordhowi dan Karl Marx. *Laa Maisyir: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(2).
- Nurul Iman. (1984). *Teori Motivasi dengan ancangan Hirarki Kebutuhan Manusia*.

- Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo.
- Pardanawati, S. L. (2011). Perilaku Produsen Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 01(01), 37–49.
- Rajagopal, S., Ramanan, S., Visvanathan, R., & Satapathy, S. (2011). Halal certification: Implication for marketers in UAE. *Journal of Islamic Marketing*, 2(2), 138–153.
- Salindal, N. A. (2019). Halal certification compliance and its effects on companies' innovative and market performance. *Journal of Islamic Marketing*, 10(2), 589–605. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2018-0080>
- Sanusi, A. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Separsa Kusuma, I., & Suparna, G. (2015). Peran Gaya Hidup Dalam Memediasi Pengaruh Demografi Terhadap Niat Beli Sepeda Motor Vespa Piaggio. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(8), 2110–2124.
- Setandjo Wignjosoebroto. (2002). *Hukum: Paradigma, Metode dan Dinamika Masalahnya*. Jakarta: HUMA.
- Soekanto, S. (1977). Kesadaran Hukum Dan Kepatuhan Hukum. *Jurnal Hukum & Pembangunan*. <https://doi.org/10.21143/jhp.vol7.no6.742>
- Stark, R., & Glock, C. Y. (1968). American Piety: The Nature of Religious Commitment. *Sociological Analysis*. <https://doi.org/10.2307/3710152>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susila, A. R. (2013). *Potensi Ekonomi Daerah Dalam Pengembangan Umkm Unggulan Di Kota Tangerang*. 1–9.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Usman, E. (2007). Perilaku Produsen Dalam Etika Bisnis Islam. *Hunafa*, 04(03).
- Waluyo, W. (2013). Pengaruh Pemahaman Agama, Motifasi Mendapatkan Profit Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kesadaran Sertifikasi Halal Bagi Produsen Makanan Di Kabupaten Sleman Dan Bantul. *Inferensi*, 7(1), 75.
- Wibisono, C. (2013). Pengaruh Motivasi Mu'amalat (Bekerja Dan Berproduksi, Kebutuhan Sekunder, Kebutuhan Primer) Terhadap Prestasi Kerja Yang Religius. *Ijtihad : Jurnal Wacana Hukum Islam Dan Kemanusiaan*, 13(2), 233.

- Yasmirah Mandasari. (2019). Sanksi Pidana Terhadap Kandungan Non Halal Terhadap Produk Makanan Bersertifikat Halal Yang Dilakukan Korporasi. *Soumatara Law Review*, 2(2).
- Yudha, C. B. (2019). Professionalism of Lecturersto Improve Character of the Student Teachers of the Millennial Era Disrupsi. *Social, Humanities, and Educational Studies (SHEs): Conference Series*, 1(2), 83.
<https://doi.org/10.20961/shes.v1i2.26780>