

DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanto, M. R., & Amaniyah, E. (2023). Analisis Niat UMK Terhadap Sertifikasi Halal di Pulau Madura. *Indonesia Journal of Halal*, vol. 6, no. 2, pp. 45-55.
- Agustina, Y., Pratikto, H., Churiyah, M., & Dharma, B. A. (2019). Pentingnya Penyuluhan Sertifikasi Jaminan Produk Halal Untuk Usaha Kecil Menengah (UKM). *Jurnal Graha Pengabdian*.
- Ajzen, I. (1991). "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 2. *Theories of Cognitive Self-Regulation*.
- Ashari, M. (2019). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Farmasi Di Desa Mojorejo Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun. *Skripsi. Surabaya : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Surabaya*.
- Bachri, B. (2010). Meyakinkan validitas data melalui triangulasi pada penelitian kualitatif. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 10(1), 46-62.
- Devi, A., & Mutoharoh, A. (2024). Analisis Persepsi Pelaku usaha Mikro Kecil dan Menengah tentang Proses Sertifikasi Halal Melalui BPJPH. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, Vol 6 No 3, 3768-3782.
- Hawkins, D., & I, M. D. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*, 11th Edition, New York: McGraw-Hill Irwin.
- Janah, A., & Makhtum, A. (2023). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Serifikasi Halal Pada Rumah Makan Bebek Sinjay Tangkel Bangkalan. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 6(2), 369-376.
- Jogiyanto, H. (2007). *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Kotler, P., & G, A. (2007). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kurjono, K., & Setiawan, Y. (2020). Pengaruh Kontrol Perilaku yang dirasakan dan Norma Subyektif Terhadap Intensi Berwirausaha Dimediasi Sikap Kewirausahaan." *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 11, no.1:81–96.
<https://doi.org/10.17509/jimb.v11i1.20711>.
- Mahyarni. (2013). THEORY OF REASONED ACTION DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal EL-RIYASAH*, 4,no.113 <https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>.
- Noordin, N. (2014). Strategic Approach to Halal Certification System : An Ecosystem Perspective. *International Halal Conference, PWTC* (pp. 79-95). *Kuala Lumpur : Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 121.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Laksbang Pressindo. Yogyakarta: Polit.

- Qomariyah, N. (2023). Persepsi Pelaku UKM Terhadap Keterampilan Sertifikasi Halal Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM Madura. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 3858-3863.
- Rahardjo, M. (2017a). Stusi Kasus dalam Penelitian Kualitatif: Konsep dan Prosedurnya. *Sekolah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*.
- Ridho, M., Maulana, M. M., Herliana, R., Palah, N., & Marlina, L. (2023). Persepsi UMKM Produk Olahan Ayam Tentang Sertifikasi Produk Halal. *Likuid Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 3(2), 44-55.
- Safari, D., & Irwandi, M. (2021). ANALISIS BREAK EVEN POINT (BEP) UNTUK PERENCANAAN LABA PADA YURI'S CAKE AND BAKERY SEKAYU. *Jurnal ACSY : Jurnal Accounting Politeknik Sekayu*.
- Wahyuni, I. (2023). Persepsi UMKM Tentang Regulasi Sertifikasi Produk Halal Jalur Self Declare di Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 6(1), 147-158.
- Watiningtyas, N. (2024). PERSEPSI PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH KOTA MADIUN TERHADAP SERTIFIKASI PRODUK HALAL .
- Zuchdi, D. (1995). PEMBENTUKAN SIKAP. *Jurnal Cakralawa*, Nomor 3 Tahun XIV.