

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Hal, L., Jurnal, :, Pemikiran, P., Kebudayaan, D., Setyowati, A., & Khoirul Anwar, M. (2022). *PENGARUH LITERASI HALAL DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT KONSUMSI PRODUK HALAL MASYARAKAT KABUPATEN MADIUN*. 16(1), 108–124. <https://doi.org/10.35316/lisanalhal>
- Antara, P. M., Musa, R., & Hassan, F. (2016). Bridging Islamic Financial Literacy and Halal Literacy: The Way Forward in Halal Ecosystem. *Procedia Economics and Finance*, 37, 196–202. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30113-7](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30113-7)
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. PT. Rajagrafindo Persada.
- Ayu Wardhani, C., Sugianto, A., & Hermana, B. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan Logistik, Kepuasan Pelanggan, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Jasa Logistik Menggunakan Structural Equation Model*.
- Aziz. (2017). *VARIABEL DAN SKALA PENGUKURAN PENELITIAN*.
- Aziz Al-Khatiri, A., Sucipto, H., Bambang Riono, S., & Harini, D. (2023). The Influence of Marketing Strategy and Service Quality on Sales Volume in MSMEs Penyet 18 Pabuaran, Cirebon Regency. In *IJESSR: International Journal of Economic, Social and Science Research* (Vol. 1, Issue 1).
- Bakhri, S., Syariah, F., & Islam, E. (2020). ANALISIS KEPEMILIKAN SERTIFIKAT HALAL TERHADAP TINGKAT PENDAPATAN USAHA PELAKU INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH. In *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam* (Vol. 5, Issue 1).
- Bambang Sugiyanto, L. (2023). *THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND BRAND IMAGE ON CONSUMER LOYALTY MEDIATED BY CONSUMER SATISFACTION (EMPIRICAL STUDY: CONSUMERS OF TWO RABBIT SKIN NUTS IN JAKARTA)*. 03(03), 575–585. <https://doi.org/10.36418/jrssem.v3i03.561>
- Basu Swasta Dh, & Irawan. (1989). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, 1989.
- Basuki, A. T., & Si, M. (2019). *PENGANTAR MODEL PERSAMAAN STRUKTURAL (APLIKASI DALAM EKONOMI DAN BISNIS)*.
- BPIPH (2022).
- BPS Banten. (2023). *Provinsi BANTEN DALAM ANGKA BANTEN DALAM ANGKA BADAN PUSAT STATISTIK PROVINSI BANTEN BPS-Statistics of Banten Province*. www.freepik.com
- Dady, S. B. (2023). ANALISIS CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN. In *Syntax Transformation* (Vol. 4, Issue 2).

- Darojat, T. A. (2020). Effect of Product Quality, Brand Image And Life Style Against Buying Decision. In *Journal of Management Science (JMAS)* (Vol. 3, Issue 2). <https://iocscience.org/ejournal/index.php/JMAS>
- Dedi Rianto Rahadi. (2023). *PENGANTAR PARTIAL LEAST SQUARES STRUCTURAL EQUATION MODEL(PLS-SEM)*.
- Dharmmesta, B. S. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Duryadi. (2021). *Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS*.
- Dyah Setyaningsih, E., & Marwansyah, S. (2019). *SYI'AR IQTISHADI The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products* (Vol. 3, Issue 1). www.republika.go.id
- Febriatu Sholikhah, A. (2023). *PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN MIE GACOAN DI BEKASI TIMUR*. <http://report.licorice.pink/blog/mini-survey/indonesian-preferrence-than-anything->
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Desrtasi Ilmu Manajemen* (5th ed.).
- Fitriana, A., & Prawestri, A. D. (2021). *Upaya Peningkatan Omzet Umkm Pada Masa Pasca Pandemi Covid-19 Melalui* (Vol. 16, Issue 2).
- Fuadi, Soemitra, A., & Nawawi, Z. M. (2022a). Studi Literatur Implementasi Sertifikasi Halal Produk UMKM. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi*, 6(1), 118–125. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.540>
- Fuadi, Soemitra, A., & Nawawi, Z. M. (2022b). Studi Literatur Implementasi Sertifikasi Halal Produk UMKM. *Jurnal EMT KITA*, 6(1), 112–117. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.540>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0, -2/E*.
- Hafisa, N. (2023). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DISTRIBUSI BARANG DAN PRMOSI TERHADAP MINAT KONSUMEN BELANJA DI RESTORAN CEPAT SAJI C'BEZT KELURAHAN SALASSA*.
- Haleem, A., Khan, M. I., & Khan, S. (2020). Halal certification, the inadequacy of its adoption, modelling and strategising the efforts. *Journal of Islamic Marketing*, 11(2), 393–413. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2017-0062>
- Halim, A. (2020). *PENGARUH PERTUMBUHAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI KABUPATEN MAMUJU*. 1(2).
- Handayani, T., & Susilowati. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN BOLT*. www.boltsuper4g.com

- Hartati, B. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI PRODUK COSMETICS JAFRA PADA PT. JAFRA COSMETICS INDONESIA. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 10(01).
- Hasanah, H., Sarma, M., & Munandar, J. M. (2023). The Effect of Halal Certification and Entrepreneurial Marketing on the Successful Small and Medium-sized Enterprises of Food Products. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 26(1), 115–128. <https://doi.org/10.14414/jebav.v26i1.2994>
- Hikmawati, F. (2017). *METODOLOGI PENELITIAN*.
- Ilmia, A., Hasan Ridwan, A., & Sunan Gunung Djati Bandung, U. (2023). TAFSIR QS. AL-BAQARAH AYAT 168 DAN KORELASINYA DENGAN UNDANG-UNDANG NOMOR 33 TAHUN 2014 TENTANG JAMINAN PRODUK HALAL. In *KOMITMEN: Jurnal Ilmiah Manajemen* (Vol. 4, Issue 2).
- Indah Purwaning Yuwana, S., Hasanah, H., & Kiai Haji Achmad Siddiq, U. (2021a). *LITERASI PRODUK BERSERTIFIKASI HALAL DALAM RANGKA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM*.
- Indah Purwaning Yuwana, S., Hasanah, H., & Kiai Haji Achmad Siddiq, U. (2021b). *LITERASI PRODUK BERSERTIFIKASI HALAL DALAM RANGKA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UMKM*.
- Joseph F. Hair, William C. Black, Barry J. Babin, & Rolph E. Anderson. (2013). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.).
- KADIN Indonesia. (2022). *Data Jumlah UMKM Menurut Sektor pada 2022 Sektor KBLI*.
- Kadin Indonesia. (2023). *UMKM Indonesia*. Kadin Indonesia. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Kemenag. (2022). *Label Halal Indonesia Berlaku Mulai 1 Maret 2022, Bagaimana Label Sebelumnya?*
- Khusnul Hakim, M. (2024). *PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK UMKM DI KOTA SALATIGA DENGAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI VARIABEL MODERASI*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management, Global Edition* (16th ed.).
- Leclercq-Machado, L., Alvarez-Risco, A., Esquerre-Botton, S., Almanza-Cruz, C., de las Mercedes Anderson-Seminario, M., Del-Aguila-Arcenales, S., & Yáñez, J. A. (2022). Effect of Corporate Social Responsibility on Consumer Satisfaction and Consumer Loyalty of Private Banking Companies in Peru. *Sustainability (Switzerland)*, 14(15). <https://doi.org/10.3390/su14159078>
- Lestari, T., Yulianto, A., Ikhwan, S., Npd, A., Wahana, D., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Marketing, dan Sertifikasi

- Halal terhadap Peningkatan Kinerja UMKM (Studi Kasus pada UMKM Mitra Mandiri Brebes) The Effect of Financial Literacy, Digital Marketing, and Halal Certification on Improving MSME Performance (Case Study on Mitra Mandiri Brebes MSMEs). In *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research* (Vol. 2, Issue 3).
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., Soegoto, A. S., & Kualitas....., P. (2018). THE INFLUENCE OF PRODUCT QULITY, PRICE AND QUALITY OF SERVICE TO CUSTOMER SATISFACTION AT PT. AIR MANADO. In *Jurnal EMBA* (Vol. 6, Issue 3).
- Mashuri, M. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54–64.
<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.212>
- Mu'Ah, Suyanto, U. Y., Syaputro, K. D., Musarofah, S., & Qomariah, N. (2020). Increasing customers loyalty MSME of focused e-marketing and quality of service. *International Journal of Engineering Research and Technology*, 13(10), 2729–2735.
<https://doi.org/10.37624/IJERT/13.10.2020.2729-2735>
- Muharam, W., Soliha, E., Studi Manajemen, P., Ekonomika dan Bisnis, F., & Stikubank Semarang Jl Kendeng Bendan Ngisor Semarang, U. V. (2017). *KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN HONDA MOBILIO*.
- Muiz, A. N., Damayanti, A., Indra, R., & Marlina, L. (2023). Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Pendapatan Usaha dan Halal Awareness UMKM di Sektor Halal Food (Studi Pada Pelaku Usaha UMKM Kecamatan Cihideung Kota Tasikmalaya). *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Budaya Islam*, 8(2), 156.
<https://doi.org/10.35329/jalif.v8i2.4829>
- Nashirun. (2020). MAKANAN HALAL DAN HARAM DALAM PERSFEKTIF AL QUR'AN. *Halalan Thayyiban: Jurnal Kajian Manajemen Halal Dan Pariwisata Syariah*, 3.
- Nenengsih, N., & Muslim, M. (2024). Peningkatan Omzet UMKM Makanan Ringan Pasca Sertifikasi Halal di Sumatera Barat. *AL-Muqayyad*, 7(1), 95–108.
<https://doi.org/10.46963/jam.v7i1.2099>
- Nur Wahyuni, I., Murtini, W., & Hakim, L. (2018). Effectiveness of Education Module Implementation on Increasing Islamic Financial Literacy and Halal Literacy of MSMEs Perpetrators. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 10(1), 51–58.
<https://doi.org/10.15294/jda.v10i1.12516>
- Pardiansyah, E., Abduh, M., & Najmudin. (2022). Sosialisasi dan Pendampingan Sertifikasi Halal Gratis (Sehati) Dengan Skema Self-Declare Bagi Pelaku Usaha Mikro di Desa Domas. *Jurnal Pengabdian Dan Pengembangan Masyarakat Indonesia*, 1(2), 101–110. <https://doi.org/10.56303/jppmi.v1i2.39>
- Primadhita, Y., Budiningsih, S., Wicaksana, I., & Melani, A. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital, Kualitas Produk, Dan Inovasi Hijau Terhadap Kinerja UMKM Makanan Dan Minuman. In *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital* (Vol. 2023, Issue 1).

- Priyono, H., & Indriyani, S. (2019). Building Relational Marketing And Brand Image On Consumer Loyalty At Aroma Coffee Store. In *Journal of Management and Business Innovations*.
- Riana, I. R., & Nafiati, L. (n.d.). PENGARUH PERSEPSI ETIKA BISNIS ISLAM, PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT PENJUALAN UMKM KOTA YOGYAKARTA. 2021. D
- Riyanto, K. (2022). *The Effect of Brand Image, Brand Trust, and Promotion on Consumer Loyalty*. <https://doi.org/10.55983/ijeset.v1i3.194>
- Salehudin, I. (2013). Halal Literacy: A Concept Exploration and Measurement Validation. *ASEAN Marketing Journal*, 2(1). <https://doi.org/10.21002/amj.v2i1.1987>
- Sapitri, E., Hayani, I., Kunci, K., Merek, C., Produk, K., Pelanggan, K., & Pelanggan, L. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Minyak Telon Cussons Baby di DKI Jakarta). *J. Mandiri*, 4(2), 231–240. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i2.144>
- Sari, E. S., & Pujiono, S. (2017). *BUDAYA LITERASI DI KALANGAN MAHASISWA FBS UNY*.
- Sarwo Prasetyo, I., Daulay, T., Rahayu, S., Desy Surya, E., & Siregar, N. A. (2023). Analysis Of Product Quality And Promotion Towards Consumer Loyalty Mediated By Consumer Satisfaction (Case Study Of Two Binjai Burger). *International Journal of Management, Economic and Accounting*, 1. <https://doi.org/10.61306/ijmea>
- Socah, K., Bangkalan, K., Kasus, S., Dakiring, D., Siska,), Wulandari, H., Burha, D., & Hasan, N. (2023). *Siska Harumningrat Wulandari : ANALISIS TINGKAT LITERASI LABEL HALAL PENGUSAHA UMKM KERUPUK DI DESA DAKIRING (Studi Kasus Desa Dakiring ANALISIS TINGKAT LITERASI LABEL HALAL PENGUSAHA UMKM KERUPUK DI DESA DAKIRING*.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Vol. 3). Bandung: Alfabeta, 2021.
- Susetyohadi, A., Adha, M. A., Utami, A. D., & Rini, D. E. S. (2021). Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Kesetiaan Konsumen Pada Produk Makanan dan Minuman: Studi Kasus Konsumen Non-Muslim di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 285. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1866>
- Syahputra, A., Ervina, E., & Melisa, M. (2022). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lokasi Pemasaran dan Kualitas Produk terhadap Pendapatan UMKM. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 183–198. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i1.3498>
- Syaifudin, M. R., & Fahma, F. (2022). Analisis Kepemilikan Sertifikat Halal Terhadap Pendapatan Usaha UMKM Mendoan Ngapak. *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri*, 21(1), 40. <https://doi.org/10.20961/performa.21.1.52537>

- Syamsidar, R., & Soliha, E. (2019). Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Banaran 9 Coffee and Tea di Gemawang, Kabupaten Semarang). In *JBE* (Vol. 26, Issue 2). <https://www.unisbank.ac.id/ojs>;
- Taufik Arianzah, A., Indriani, W., Listyaningsih, E., Mufahamah, E., & Harun, H. (2023). *PENGARUH PEMASARAN DIGITAL, INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK UMKM DI MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS PADA PELAKU UMKM DI KABUPATEN LAMPUNG BARAT)*.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran* (4th ed.).
- Toto, U., Stie, H., Raharja, W. K., Ilham, A. I., Hartono, S., & Handiman, U. T. (2020). The Influence of Product Quality, Price and Brand Image On Customer Satisfaction Through Purchasing Decisions (Case: Hansaplast Koyo in Tangerang). In www.ijbmm.com *International Journal of Business Marketing and Management* (Vol. 5). <https://www.researchgate.net/publication/362530558>
- Tri Utami, A., & Ellyawati, J. (2021). Peran Citra Merek, Celebrity Endorser, Kualitas Produk Dalam Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 140–150. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i1.6200>
- Wahyono, D., Supriandi, & Pontoan, D. R. P. (2023). Menguji Hubungan Antara Strategi Pemasaran, Loyalitas Pelanggan, Keterlibatan Karyawan Terhadap Profitabilitas UMKM Kuliner di Kota Bandung. In *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science* (Vol. 2, Issue 02).
- Wulandari, D. E. (2022). *PENGARUH LABEL HALAL, RELIGIUSITAS DAN SIKAP PRODUSEN TERHADAP KEPATUHAN SERTIFIKASI HALAL STUDI PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN LUMAJANG*.