

**PENGARUH *RESOURCE BASED VIEW* DAN *DYNAMIC CAPABILITY*
TERHADAP KETAHANAN BISNIS LOKAL KHAS OLEH-OLEH
YOGYAKARTA**



TESIS

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

Disusun Oleh:

Fani Anggraeni

NIM: 22208011049

PEMBIMBING:

Dr. SITI NUR AZIZAH, S.E.I., M.E.I.

NIP: 19910919 201503 2 008

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-779/Un.02/DEB/PP.00.9/06/2024

Tugas Akhir dengan judul : **PENGARUH RESOURCE BASED VIEW DAN DYNAMIC CAPABILITY TERHADAP KETAHANAN BISNIS LOKAL KHAS OLEH-OLEH YOGYAKARTA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : FANI ANGGRAENI, S.E
Nomor Induk Mahasiswa : 22208011049
Telah diujikan pada : Kamis, 30 Mei 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Siti Nur Azizah, S.E.I., M.E.I.
SIGNED

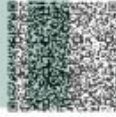
Valid ID: 605e98242ebaa



Penguji I

Dr. Abdul Qoyum, S.E.I., M.Sc.Fin.
SIGNED

Valid ID: 665e98fa084



Penguji II

Dr. Jehan Ali Azhar, S.Si., M.E.I.
SIGNED

Valid ID: 605eb364648



Yogyakarta, 30 Mei 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Aldawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 665e979d022cb

HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

PERSETUJUAN TESIS

Hal : Tesis Saudari Fani Anggraeni

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di- Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa Tesis saudara:

Nama : Fani Anggraeni

NIM : 22208011049

Judul Tesis : Pengaruh *Resource Based View* Dan *Dynamic Capability* Terhadap Ketahanan Bisnis Lokal Khas Oleh-Oleh Yogyakarta

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Prodi Magister Ekonomi Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami berharap agar Tesis saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 15 Mei 2024

Pembimbing,



Dr. Siti Nur Azizah, S.E.I., M.E.I

19910919 201503 2 008

HALAMAN SURAT PERTANYAAN KEASLIAN

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fani Anggraeni

NIM : 22208011049

Jurusan/Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa Tesis yang berjudul “*Pengaruh Resource Based View Dan Dynamic Capability Terhadap Ketahanan Bisnis Lokal Khas Oleh-Oleh Yogyakarta*” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 15 Mei 2024

Penyusun,

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Fani Anggraeni

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang beranda tangan di bawah ini:

Nama : Fani Anggraeni
NIM : 22208011049
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah yang berjudul:

"Pengaruh *Resource Based View* Dan *Dynamic Capability* Terhadap Ketahanan Bisnis Lokal Khas Oleh-Oleh Yogyakarta".

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Yogyakarta

Pada tanggal: 15 Mei 2024

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA


Fani Anggraeni
NIM: 22208011049

HALAMAN MOTTO

“Janganlah melihat ke masa depan dengan mata buta. Masa yang lampau sangat berguna sebagai kaca benggala daripada masa yang akan datang.” Ir. Soekarno



HALAMAN PERSEMBAHAN



Puji syukur atas kehadiran Allah SWT.

Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Tulisan ini didedikasikan untuk pengembangan ilmu pengetahuan
khususnya dalam bidang ekonomi syariah.

Terima kasih kepada kedua orang tua

Ibu Sri Winarsih dan Bapak Sugito

kakakku Reni Marlina

yang selalu mendukungku sampai detik ini.

Terima kasih kepada keluarga besarku yang selalu memberikan doa dan dukungan
dalam proses pengerjaan tesis ini.

Terima kasih kepada sahabat-sahabat yang selalu menyemangati proses
pengerjaan tesis ini.

Terima kasih kepada Ibu Siti Nur Azizah yang membimbing dan mengarahkan
penyusunan tesis ini.

Terima kasih kepada kampus UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah
memberikan ruang untuk belajar dan keleluasaan berpikir serta mendapatkan
pengalaman.

PEDOMANAN LITERASI ARAB

Pedoman Transliterasi Arab-Latin ini merujuk pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Kosongan Tunggal

Huru f Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	B	Be
ت	Tā'	T	Te
ث	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Hā'	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	Kh	Ka dan ha
د	Dāl	D	De
ذ	Zāl	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	Es dan ye
س	Ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge

ف	Fā'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El
م	Mīm	M	Em
ن	Nūn	N	En
و	Wāwu	W	W
هـ	H	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostr of
ي	Yā'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

lju ~	Dituli	<i>Muta'addidah</i>
~]]	s	<i>'idda</i>
m ~	Dituli	<i>h</i>
~]m	s	

C. Ta Marbutah

Semua Tā' marbūṭah ditulis dengan h, baik berada pada akhir kata tunggal atau pun berada di tengah penggabungan kata (kata yang dikutip oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
علة	Ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliya'</i>

D. Vocal Pendek dan Penerapannya

○ ---- ˆ ----	Fathah	Ditulis	<i>A</i>
○ ---- ˆ ----	Kasrah	Ditulis	<i>i</i>
---- ˆ ---- ○	Ḍammah	Ditulis	<i>u</i>

فَعَلَ	Fatḥah	Ditulis	<i>fa'ala</i>
ذَكَرَ	Kasrah	Ditulis	<i>ẓukira</i>
يَذُوهُ	Ḍammah	Ditulis	<i>yazḥabu</i>
ب.			

E. Vokal Panjang

Fatḥah + alif	Ditulis	<i>ā</i>
جاهلٌ يَ َّة	Ditulis	<i>jāhiliyya</i>
mati yā' + Fatḥah	Ditulis	<i>h ā</i>
تَنَسَّى	Ditulis	<i>tansā</i>
Kasrah + yā' mati	Ditulis	<i>ī</i>
كَرِيمٌ	Ditulis	<i>karīm</i>
Ḍammah + wāwumati	Ditulis	<i>ū</i>
فَرُوضٌ	Ditulis	<i>furūd</i>

F. Vocal Rangkap

1. Fatḥah + yā' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بَيْنَكُمْ	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. Ḍammah + wāwumati	Ditulis	<i>Au</i>
قَوْلٌ	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	Ditulis	<i>Iddat</i>
إِنَّ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alig + Lam

Bila diikuti huruf *Qomariyyah* maka ditulis dengan huruf awal “al”.

الْقُرْآن	Ditulis	<i>Al-Qur'an</i>
الْقِيَاس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* maka ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut.

السَّمَاء	Ditulis	<i>As-Sama'</i>
الشَّمْس	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dengan Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ذوى الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أهل السنّة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah tuhan semesta alam atas limpahan nikmat yang beribu banyaknya hingga nampaknya tak sedikitpun mampu kita hitung. Sholawat serta salam, selalu kami sanjungkan kepada nabi akhir zaman, nabi agung Muhammad SAW, seorang figur pemimpin sejati dan sang penyelamat umat dari penindasan hawa nafsu. Semoga kita menjadi umatnya yang akan mendapatkan syafaat di hari akhir kelak, amin ya robbal alamin.

Tesis ini bukan merupakan wujud karya terakhir saya sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, namun sebagai langkah awal untuk menciptakan karya-karya baru dan lebih dinamis lagi. Tesis ini tidak mungkin bisa saya selesaikan dengan sendirinya, melainkan ada banyak sekali manusia-manusia hebat yang dengan tangan terbuka memberikan bantuan tenaga serta pikiran. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag, M.A selaku rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Muhammad Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc. selaku ketua program studi Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Ibu Dr. Siti Nur Azizah, S.E.I., M.E.I. selaku dosen pembimbing tesis yang telah memberikan bimbingan, arahan dan perbaikan dengan penuh dedikasi serta memberikan pelatihan dan dukungan dari awal proses tesis sampai dengan akhir tesis.
5. Bapak Dr. Joko Setyono, S.E.,MSI, selaku dosen pembimbing akademik yang selalu memotivasi mahasiswa agar menjadi pribadi yang unggul di bidangnya masing-masing dan memberikan semangat dari awal perkuliahan dimulai hingga dalam proses penyelesaian tesis ini

6. Seluruh staf dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
7. Bapak dan Ibu serta kakak yang selalu memberikan motivasi, semangat dan doa sehingga tesis ini dapat terselesaikan. Dan Seluruh keluarga besar yang telah mendukung dan mendoakan.
8. Keluarga Magister Ekonomi Syariah dan sahabat-sahabatku yang telah menjadi tempat berbagi.
9. Semua pihak yang turut berjasa hingga selesai tesis ini.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan mereka, akhir kata penulis berharap semoga tesis ini tidak hanya menjadi syarat administrasi belaka namun lebih dari itu mampu memberikan manfaat kepada siapapun yang membacanya.

Yogyakarta, 15 Mei 2024

Fani Anggraeni



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
HALAMAN PERSETUJUAN TESIS	iii
HALAMAN SURAT PERTANYAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMANAN LITERASI ARAB	viii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
ABSTRAK	xxii
ABSTRACT	xxiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Masalah.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Sistematika Pembahasan.....	9

BAB II.....	11
PEMBAHASAN.....	11
A. Landasan Teori	11
1. Tinjauan Teori Ketahanan Bisnis Lokal	11
2. Tinjauan Teori Resource-Based View	13
3. Tinjauan Teoritis Dynamic Capability	25
B. Kajian Pustaka.....	33
C. Hipotesis dan Kerangka Teori	36
BAB III	52
METODE PENELITIAN	52
A. Jenis Penelitian	52
B. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	56
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	57
D. Jenis Data, Sumber Data Penelitian.....	61
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	63
F. Instrumen Penelitian	64
G. Teknik Analisis Data	68
BAB IV	73
GAMBARAN UMUM UMKM.....	73
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	73
B. Deskripsi Responden	79
C. Hasil Dan Pembahasan	82
D. Interpretasi dan Hasil Pembahasan Analisis Kuantitatif	108
E. Interpretasi dan Hasil Pembahasan Analisis Kualitatif	125

F. Interpretasi dan Hasil Pembahasan Penggabungan Analisis Kuantitatif dengan Kualitatif	137
BAB V	149
PENUTUP	149
A. Kesimpulan.....	149
B. Keterbatasan Penelitian.....	152
C. Saran.....	152
DAFTAR PUSTAKA	153
LAMPIRAN	174
DOKUMENTASI	232



DAFTAR TABEL

Table 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	43
Table 3.2 Operasional Dan Indikator Penelitian.....	44
Table 3.3 Operasional Dan Indikator.....	46
Table 3.4 Skor Kategori Jawaban	48
Table 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Demografi.....	56
Table 4.6 Indikator Average Variance Extracted.....	63
Table 4.7 Nilai Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterion) dan akar Average Variance Extracted	64
Table 4.8 Nilai Cross Loading	66
Table 4.9 Nilai Composite Reliability	68
Table 4.10 Nilai Cronbach's Alpha	69
Table 4.11 Nilai R-Square	70
Table 4.12 Nilai F-Square	70
Table 4.13 Collinearity Statistics (Inner VIF Values)	71
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik jumlah UMKM Daerah Istimwah Yogyakarta 2021-2024.....	2
Gambar 2.2 Kerangka Teori	37
Gambar 4.3 Perancangan Outer model	59
Gambar 4.4 Hasil loading factor	61
Gambar 4.5 Source File Kuantitatif	77
Gambar 4.6 Node Kualitatif.....	78
Gambar 4.7 Visualisasi Hasil Kualitatif.....	78
Gambar 4.8 Hasil referensi sertifikasi halal berpengaruh terhadap ketahanan bisnis lokal	92
Gambar 4.9 Hasil referensi kualitas produk berpengaruh terhadap ketahanan bisnis lokal	93
Gambar 4. 10 Hasil referensi harga berpengaruh terhadap ketahanan bisnis lokal	94
Gambar 4.11 Hasil referensi lokasi terhadap ketahanan bisnis lokal.....	96
Gambar 4.12 Hasil referensi pelayanan terhadap ketahanan bisnis lokal	96
Gambar 4.13 Hasil referensi market digital terhadap ketahanan bisnis lokal	97
Gambar 4.14 Hasil referensi gaya hidup terhadap ketahanan bisnis lokal	99
Gambar 4.15 Hasil referensi kebudayaan terhadap ketahanan bisnis local	100

SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian Kualitatif	174
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian Kuantitatif	175
Lampiran 3 Hasil Responden Wawancara	182
Lampiran 4 Hasil Data Jawaban Kuesioner Respond en	200
Lampiran 5 Hasil Olah Data	218



ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk mengidentifikasi *Resource Based View* Dan *Dynamic Capability* Terhadap Ketahanan Bisnis Lokal Khas Oleh-Oleh Yogyakarta yang diadopsi menggunakan beberapa variabel yaitu sertifikasi halal, kualitas produk, harga, lokasi, pelayanan, market digital, gaya hidup, dan kebudayaan. Metode yang digunakan kuantitatif dan kualitatif, jenis data primer dengan 136 responden dari 6 umkm yang terdiri dari gudeg, batik, dan bakpia. Alat analisis dilakukan dengan aplikasi *IBM SPSS 25* dan aplikasi *Nvivo*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima variabel independen yang diadopsi dari *Resource Based View* secara parsial berpengaruh positif terhadap ketahanan bisnis. Kemudian hasil dari variabel yang diadopsi dari *Dynamic Capability* memiliki hasil yang positif dan signifikan terhadap ketahanan bisnis.

Kata Kunci: *Resource Based View*, *Dynamic Capability*, dan ketahanan bisnis



ABSTRACT

This research is aimed at identifying Resource Based View and Dynamic Capability for the Resilience of Yogyakarta Typical Local Souvenir Businesses which are adopted using several variables, namely halal certification, product quality, price, location, service, digital market, lifestyle and culture. The method used was quantitative and qualitative, primary data type with 136 respondents from 6 SMEs consisting of gudeg, batik and bakpia. The analysis tool was carried out using the IBM SPSS 25 application and the Nvivo application. The research results show that the five independent variables adopted from the Resource Based View partially have a positive effect on business resilience. Then the results of the variables adopted from Dynamic Capability have positive and significant results on business resilience.

Keywords: *Resource Based View, Dynamic Capability, and business resilience*



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Salah satu strategi yang dilakukan oleh pemerintah dalam menopang perekonomian negara yaitu dengan memberdayakan bisnis lokal daerah atau dengan kata lain memberdayakan UMKM yang beda di daerah tersebut (Artanto et al., 2022). Menurut Jewalikar dan Stalker (2017) usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan sektor dinamis yang memainkan peranan penting dalam pembukaan lapangan pekerjaan yang besar, membantu industrialisasi di daerah pedesaan dan daerah yang tertinggal untuk mengurangi ketimpangan dalam suatu daerah serta sebagai sektor yang memberikan kontribusi yang sangat besar dalam pembangunan ekonomi suatu negara (Putra, 2023).

Meskipun usaha kecil, dan menengah telah menunjukkan perannya dalam perekonomian nasional, namun UMKM masih menghadapi berbagai hambatan dan kendala, baik yang bersifat internal maupun eksternal, dalam hal produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, desain dan teknologi, permodalan, serta iklim usaha (Rofiq et al., 2020). Oleh karena itu untuk menghadapi berbagai hambatan dan kendala usaha kecil, dan menengah harus memiliki ketahanan yang kuat (Nurul Anisa & Setyowati, 2023).

Menurut Simeone (2018), ketahanan bisnis merupakan bagaimana organisasi dalam perusahaan beradaptasi dengan cepat dalam gangguan yang dihadapi sambil

mempertahankan operasi bisnis, sumber daya manusia yang dimiliki, aset dan ekuitas perusahaan secara keseluruhan.

Ketahanan bisnis merupakan hal yang sangat penting dalam berkelanjutan bisnis dengan lingkungan yang tidak pasti. Selanjutnya untuk meningkatkan keberlanjutan bisnis dibutuhkan strategi manajemen perusahaan, karena akan mempengaruhi UMKM agar bisa memiliki keberlangsungan hidup usaha yang menjadi tujuan kuat pelaku usaha dalam jangka waktu tertentu (Bellamy, 2019).

Oleh karena itu ketahanan bisnis bagi pelaku UMKM diharapkan dapat menahan atau meminimalisir berbagai hambatan dan kendala yang bersifat internal maupun eksternal. Semua bisnis harus memiliki ketahanan pengolahan dan produksi, ketahanan sumber daya manusia, inovasi usaha (desain, pemasaran, pengemasan, dan lainnya), dan pemanfaatan teknologi saat ini agar dapat bersaing di dunia bisnis yang semakin berkembang pesat. (Widiati & Azkia, 2023).

Tantangan perekonomian saat ini sangatlah berat, dampaknya bukan saja dirasakan di tingkat global, tingkat nasional, bahkan sampai ke tingkat lokal. Berbagai elemen bisnis juga yang terkena imbasnya seperti bisnis restoran, pasar, pusat perbelanjaan, transportasi online, bukan saja perusahaan besar, tetapi hingga usaha mikro kecil dan menengah (Ruth, 2018).

Untuk memperoleh gambaran kinerja usaha mempertahankan UMKM pada tahun 2024 di Kota Yogyakarta. Berikut merupakan jumlah UMKM di Kota Yogyakarta dari tahun 2021-2024:



Gambar 1.1 Grafik jumlah UMKM Daerah Istimewah Yogyakarta 2021-2024.

Dalam grafik tersebut terlihat jika jumlah UMKM diikuti dengan jumlah penyerapan tenaga kerja di bidang UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah UMKM dan penyerapan tenaga kerja, memiliki trend yang positif. Dengan demikian peran UMKM sangat penting dalam penyerapan tenaga kerja dan peningkatan pendapatan daerah. Dengan banyaknya jumlah UMKM yang berada di Daerah Istimewah Yogyakarta. Maka persaingan antar pelaku bisnis semakin meningkat. Perubahan atau tantangan lingkungan harus dihadapi oleh pelaku bisnis dan harus ditanggapi dengan baik sebagai peluang untuk menemukan cara baru dalam memperoleh keunggulan kompetitif dibandingkan dengan pesaingnya. Oleh karena itu pelaku bisnis perlu menentukan langkah-langkah yang digunakan untuk menangani ketahanan bisnis.

Salah satu pendekatan yang dapat diterapkan pelaku bisnis untuk menghadapi berbagai tantangan dan peluang untuk ketahanan bisnisnya dengan pendekatan yang didasarkan pada *resources-based view*. Melalui RBV pelaku bisnis dapat membangun

competitive advantage yang berkelanjutan melalui penggunaan sumber daya yang heterogen (Aisyah et al., 2022). Teori RBV mengemukakan bahwa organisasi akan dianggap berhasil dan mampu mempertahankan eksistensinya jika organisasi mampu mengelola dengan baik sumber daya. Menurut Barney, Jay and Clark (2007) dibedakan menjadi tiga kategori yaitu sumber daya berwujud seperti financial, teknologi, dan infrastruktur jaringan fisik dan sumber daya tidak berwujud seperti sumber daya manusia, inovasi, dan kreativitas, reputasi perusahaan, serta *organizational capability* seperti pengembangan produk dalam layanan extra miles, struktur formal dan budaya organisasi.

Sesuai dengan konsep RBV, beberapa riset terdahulu berpendapat sertifikasi halal pada dasarnya adalah jenis sumber daya yang digunakan oleh industri mikro salah satunya kuliner sebagai alat untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Zulu Chisanga, 2021). Industri mikro kuliner secara agresif memproduksi dan menjual produknya dengan homogen, sambil bersaing di pasar yang sangat kompetitif, sangat fluktuatif, dan jenuh (Hafeez et al., 2022).

Industri mikro kuliner mencari cara untuk menonjolkan persaingan dan berusaha menjadi pemimpin pasar dengan menawarkan produk unik kepada konsumen (Kraus et al., 2022). Oleh karena itu, industri mikro kuliner menekankan pada pengaman sertifikasi halal, yang memberikan sinyal dan memungkinkan mereka menawarkan produk yang lebih baik kepada konsumen.

Menurut Pradana, wardhana, rubiyanti, syahputra, & utami (2022) menjelaskan bahwa “selain penerapan sertifikasi halal sebagai alat untuk mendapatkan legitimasi bisnis, praktisi industri menggunakan sertifikasi halal sebagai mekanisme untuk meningkatkan kinerja organisasi”.

Selain terkait dengan sertifikasi halal, ada beberapa hal lainnya untuk mempertahankan bisnisnya yaitu kualitas, harga, lokasi, dan pelayanan. Kualitas sangat penting dalam ketahanan bisnis (Rahmatillah, 2022). Karena ketika kualitas semakin baik maka ketahanan bisnis pun semakin baik, dengan hal tersebut bisa dilihat jika kualitas dan ketahanan bisnis mempunyai hubungan positif (Imamuddin et al., 2020).

Pada variabel harga, pelaku bisnis harus bisa menentukan harga yang cocok dengan barang yang dijual, dengan demikian harga mempunyai hubungan positif dengan ketahanan bisnis. Variabel ketiga yaitu lokasi mempunyai pengaruh positif juga dengan ketahanan bisnis, karena jika lokasi yang strategis akan memberikan dampak yang baik dalam ketahanan bisnis (Riza, 2018). Lokasi bagi setiap pelaku usaha berbeda-beda. Karena mungkin bagi salah satu pelaku usaha dekat dengan pasar mempunyai benefit yang lebih baik daripada jauh dari pasar dan sebaliknya (Hami, 2000).

Kemudian variabel keempat yaitu pelayanan. Pelayanan juga mempunyai dampak terhadap ketahanan bisnis (Siahaan et al., 2017). Memberikan pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan sehingga membuat pelanggan akan

menentukan untuk membeli atau tidak produk yang kita tawarkan. Maka secara tidak langsung pelayanan mempunyai dampak terhadap ketahanan bisnis (Andre, 2022).

Dalam mempertahankan bisnis tidak hanya semata-mata ditentukan oleh RBV, namun kemampuan dinamis (*dynamic capability*) juga turut serta berperan dalam meningkatkan kualitas perusahaan (Mala et al., 2023). Dalam penelitian ini, kekuatan dinamis digunakan dari berbagai interpretasi konsep Teece et al. (1997) sebagai tindakan perusahaan untuk menciptakan nilai sebagai tanggapan terhadap perubahan lingkungan.

Demikian pula, konsep kemampuan dinamis penelitian bisnis Merujuk pada asumsi dasar teori RBV bahwa kemampuan unik perusahaan akan terus berkembang. (Kariuki & Kilika, 2017). Teece dan Pisano (1994) mengatakan *dynamic capabilities* atau kapabilitas dinamis terdiri dari dua kata yang masing-masing memiliki makna, istilah 'dinamis' mengacu pada kapasitas untuk memperbarui kompetensi sehingga mencapai kesesuaian dengan perubahan lingkungan bisnis.

Digital marketing, yaitu salah satu cara memperluas konsumen dengan memberikan kenyamanan pada pelanggan dengan menggunakan teknologi (Haya & Tambunan, 2022). Kebermanfaatan dari teknologi untuk digital marketing menjadi solusi yang paling baik agar bisa bertahan dalam pengembangan bisnis tersebut (Artanto et al., 2022).

Gaya hidup dan kebudayaan, selain pemasaran digital, sangat mempengaruhi perubahan lingkungan, yang dapat mempengaruhi keberhasilan bisnis dalam jangka panjang. yang titik ujungnya pada ketahanan bisnis. Dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut dapat membawa kepada kesempatan bisnis dengan peluang yang besar (Laksana, 2013). Gaya hidup dan kebudayaan berdampak pada eksistensi bisnis perusahaan. Perencanaan bisnis relatif kondusif (Meliani et al., 2021). Krisis dari meningkatnya kompleksitas lingkungan pasti terjadi pada setiap pelaku bisnis yang tidak menyadari dan mengamati lingkungan luar (Babatunde Adebisi, 2012).

Berdasarkan *fenomena gap*, *research gap*, dan teori gap yang telah dikemukakan, maka penelitian ini sangat penting untuk mengungkapkan faktor-faktor yang mempengaruhi ketahanan bisnis lokal.

B. Rumusan Masalah

Penelitian ini merumuskan berbagai masalah, sebagai berikut:

1. Apakah sertifikasi halal berpengaruh terhadap ketahanan bisnis lokal?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap ketahanan bisnis lokal?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap ketahanan bisnis lokal?
4. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap ketahanan bisnis lokal?
5. Apakah lokasi berpengaruh terhadap ketahanan bisnis lokal?
6. Apakah market digital berpengaruh terhadap ketahanan bisnis lokal?
7. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap ketahanan bisnis lokal?
8. Apakah kebudayaan berpengaruh terhadap ketahanan bisnis lokal?

C. Tujuan Masalah

1. Penelitian ini untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh sertifikasi halal berpengaruh terhadap ketahanan bisnis lokal?
2. Penelitian ini untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh harga berpengaruh terhadap ketahanan bisnis lokal?
3. Penelitian ini untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap ketahanan bisnis lokal?
4. Penelitian ini untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh pelayanan berpengaruh terhadap ketahanan bisnis lokal?
5. Penelitian ini untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh lokasi berpengaruh terhadap ketahanan bisnis lokal?
6. Penelitian ini untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh market digital berpengaruh terhadap ketahanan bisnis lokal?
7. Penelitian ini untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh gaya hidup berpengaruh terhadap ketahanan bisnis lokal?
8. Penelitian ini untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh kebudayaan berpengaruh terhadap ketahanan bisnis lokal?

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan konsep RBV dan *dynamic capability* sebagai kajian empiris yang secara teoritis dan empiris menjelaskan kaitan terhadap konsep kinerja perusahaan pada umumnya dan ketahanan bisnis. Pengembangan konsep tersebut dapat berupa novelty atau temuan empiris yang memiliki kontribusi penting bagi disiplin ilmu manajemen pemasaran.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk menjelaskan dan memudahkan pembahasan penelitian ini, peneliti memberikan gambaran sistematis sebagai penjelasan. Berikut adalah sistematika pembahasan:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjabarkan latar belakang, perumusan masalah, tujuan serta manfaatnya. Latar belakang ini menguraikan gambaran alasan pemilihan objek penelitian yakni fenomena mengenai pengaruh ketahanan bisnis, referensi penelitian dan gambaran hasil yang diekspektasikan. Fokus penelitian akan berlanjut dengan penetapan tujuan dan kegunaan penelitian guna menetapkan urgensi penelitian. Bab ini diakhiri dengan sistematika pembahasan untuk mengetahui arah penelitian ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab kedua memberikan kerangka teoritis dan hipotesis. Bab ini memberikan ringkasan literatur yang digunakan sebagai sumber dan teori yang melandaskan penelitian ini, termasuk teori RBV dan *dynamic capability*. Akhir dari bab ini adalah hipotesis yang akan diuji kebenarannya.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memberikan ikhtisar teknik serta pemilihan metodologi penelitian. Teknik atau metode ini meliputi uraian tentang jenis dan sifat penelitian, tempat penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel sumber data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN ANALISIS

Bab ini merupakan inti penelitian yang berisi interpretasi terhadap hasil pengolahan data yang meliputi analisis data deskriptif, pengujian pengujian hipotesis, uji visualisasi map dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Di akhir tesis ini, disajikan keterbatasan dan kesimpulan penelitian. Selanjutnya akan dijabarkan mengenai berbagai saran yang bisa dipertimbangkan oleh peneliti, kalangan akademika serta masyarakat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil riset yang telah peneliti lakukan terkait dengan Pengaruh *Resource Based View* Dan *Dynamic Capability* Terhadap Ketahanan Bisnis Lokal Khas Oleh- Oleh Yogyakarta. Sesuai dengan hasil analisis, pengujian pada hipotesis dan pembahasan yang telah dilakukan maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:

1. Sertifikasi Halal berpengaruh signifikan terhadap Ketahanan Bisnis Lokal. Temuan penelitian Salindal et al. (2018), didapatkan hasil bahwa sertifikat halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketahanan bisnis. Penelitian dari Widiati & Azkia (2023) Sertifikat Halal mampu meningkatkan penjualan produk sehingga ekonomi pelaku usaha lebih berdaya dalam pemenuhan kebutuhan pangan dan menunjang ketahanan bisnis.
2. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Ketahanan Bisnis Lokal. Temuan ini sesuai dengan pernyataan Sukirno yang mengemukakan bahwa barang dan jasa yang harganya rendah cenderung memiliki banyaknya permintaan dari konsumen (Sukirno, 2000). Dan sesuai dengan pernyataan Tjiptono yang mengemukakan bahwa suatu perusahaan dalam menetapkan tinggi rendahnya harga akan mengutamakan laba dan daya beli para konsumen. Sehingga semakin rendah harga yang ditawarkan oleh produsen maka akan terjadinya peningkatan pembelian oleh konsumen (Tjiptono, 2008).

3. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Ketahanan Bisnis Lokal. Temuan ini sesuai dengan pernyataan Kotler yang mengemukakan salah satu faktor penting menuju kesuksesan adalah lokasi, dan pemilihan lokasi dimulai dengan memilih komunitas yang tepat (Kotler, 2009).
4. Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Ketahanan Bisnis Lokal. Temuan pelayanan yang berkualitas atau pelayanan prima yang berorientasi pada pelanggan sangat tergantung pada kepuasan pelanggan. Lukman (2010) menyebut salah satu ukuran keberhasilan menyajikan pelayanan yang berkualitas sangat tergantung pada tingkat kepuasan pelanggan yang dilayani. Pendapat tersebut artinya menuju kepada pelayanan eksternal, dari perspektif pelanggan, lebih utama atau lebih didahulukan apabila ingin mencapai kinerja pelayanan yang berkualitas.
5. Market digital berpengaruh signifikan terhadap Ketahanan Bisnis Lokal. Temuan penggunaan teknologi dalam proses bisnis mempermudah pekerjaan, lebih menghemat sumberdaya dan menjadikan SDM lebih terampil. Regulasi pemerintah berperan besar dalam mendukung pelaku UMKM untuk bertahan dan bersaing. Semakin baik perbaikan sistem regulasi terutama kemudahan dalam berusaha, akses permodalan, dan tersedianya pelatihan akan semakin kuat ketahanan UMKM. Penggunaan TI menjadi kekuatan strategik dan taktik untuk meningkatkan kekuatan daya saing (Buhalis, 2004).
6. Gaya Hidup berpengaruh secara signifikan terhadap Ketahanan Bisnis Lokal. Temuan ini sesuai dengan pernyataan Hawkins yakni kebutuhan, keinginan dan

tindakan pembelian seseorang bisa dipengaruhi oleh gaya hidup yang dijalankannya sehingga hal tersebut sering dijadikan pedoman ketika membeli sesuatu (Hawkins, 2004). Ketika seseorang memiliki gaya tertentu dalam hidupnya, maka kebutuhannya juga menyesuaikan. Konsumen dengan kesamaan gaya hidup akan mengelompok secara mandiri ke dalam suatu kelompok sesuai dengan minatnya dalam memanfaatkan waktu serta membelanjakan uangnya (Suryani, 2013).

7. Kebudayaan berpengaruh secara signifikan terhadap Ketahanan Bisnis Lokal. Temuan budaya merupakan norma atau nilai-nilai yang mengarahkan perilaku setiap anggota organisasi agar dapat diterima di lingkungannya (Susanto dkk, 2006). Fathurohman (2022) menunjukkan bahwa budaya organisasi berpengaruh pada kemampuan berinovasi. Perusahaan dengan kemampuan berinovasi yang baik dapat meningkatkan pertumbuhan melalui daya saing yang kuat. Perusahaan dapat berdaya saing karena memiliki keunggulan melahirkan ide-ide inovasi.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian sudah dirancang serta dilakukan dengan sebaik-baiknya, tetapi masih terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yaitu hanya menggunakan variabel sertifikasi halal, kualitas produk, harga, lokasi, pelayanan, market digital, gaya hidup, dan kebudayaan dari teori yang digunakan untuk melihat pengaruh terhadap ketahanan bisnis. Aspek yang memiliki hubungan dengan ketahanan bisnis dan aspek lainnya belum diteliti secara keseluruhan.

C. Saran

Dari hasil yang peneliti kerjakan, maka terdapat saran-saran yang sekiranya dapat menjadikan pertimbangan untuk riset ini berikutnya, yaitu:

Peneliti selanjutnya disarankan untuk meninjau kembali hipotesis yang memiliki pengaruh tidak signifikan. Lebih mengembangkan Kembali model penelitian yang peneliti gunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi Pradnyani, N. L. P. N. D., Sasmita Dewi, P. R., & Suprpto, P. A. (2022). Pengaruh Insentif Pajak, Kualitas Pelayanan, Dan Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Umkm. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(02), 219. <https://doi.org/10.24843/eeb.2022.v11.i02.p09>
- Aeni, N., & Lestari, M. T. (2021). Pengaruh Label Halal, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 1(2), 117–126. <https://doi.org/10.47709/jebma.v1i2.996>
- Agustina, A., & Sunrowiyati, S. (2018). Analisis Faktor Kualitas Produk dan Harga guna Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Genteng UD Super Blitar. *Jurnal Manajemen*, 8(1), 20–41.
- Aisyah, H., Puspita, S., & Elizamiharti, E. (2022). Resource-Based View: Strategi Umkm Di Sumatera Barat Untuk Mencapai Keunggulan Kompetitif. *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 5(2), 109–120. <https://doi.org/10.26533/jmd.v5i2.1029>
- Al Ahsani, N., & Andriani, N. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Loyalitas Konsumen Produk UMKM Bersertifikasi Halal (Studi Kasus Mahasiswa UIN Kyai Haji Ahmad Siddiq Jember). *Jurnal Al-Tatwir*, 8(1), 23–38. <https://doi.org/10.35719/altatwir.v8i1.32>
- Alfarizi, M. (2023). Peran Sertifikasi Halal Dan Kepatuhan Praktik Halal Terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan : Investigasi Pemodelan Empiris Sektor Umkm the Role of Halal Certification and Compliance of Halal Practices To Sustainable Business Performance : Investigation of. *Harmoni : Jurnal Multikultural & Multi Religious*, 22(1), 93–116. <https://jurnalharmoni.kemenag.go.id/index.php/harmoni/article/view/654%0Ahttps://jurnalharmoni.kemenag.go.id/index.php/harmoni/article/download/654/345>

- Alfrian, G. R., & Pitaloka, E. (2020). Strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bertahan pada kondisi pandemik covid 19 di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Terapan* 6(2), 139–146. <https://proceeding.isas.or.id/index.php/sentrinov/article/view/434%0Ahttps://proceeding.isas.or.id/index.php/sentrinov/article/download/434/114>
- Amalia, A. C., & Sagita, G. (2019). Analisa Pengaruh Influencer Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z di Kota Surabaya. *JURNAL SOSIAL : Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 20(2), 51–59. <https://doi.org/10.33319/sos.v20i2.42>
- Andre. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Kinerja Bisnis UKM (Studi Kasus pada Bakmi Alex TSS). In *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* (Vol. 6, Issue 4, pp. 364–368). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i4.19316>
- Angeline, Allister, D., Gunawan, L. L., & Prianto, Y. (2022). Pengembangan Umkm Digital Sebagai Upaya Ketahanan Bisnis Pasca Pandemi Covid-19. *Prosiding Serina IV, 1*, 85–92.
- Anggraini, & Saino. (2022). Pengaruh Harga, Physical Evidence, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1591–1599.
- Anggun Parastika, F., & Tunjung Hapsari, M. (2021). Analisis Faktor Komunikasi, Konsep Diri, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Dengan Metode Mix Method Pada Karyawan Bank Syariah Indonesia Kcp Tulungagung Sudirman. *Reinforce: Journal of Sharia Management*, 1(1), 29–45. <http://178.128.61.209/index.php/reinforce/article/view/5454>
- Anis, H., Paulus, K., & Hadiprajitno, T. B. (2022). Hubungan Kapabilitas Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*, 11(3), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>

- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Artanto, A. T., Kusnarto, Haryono, N., & Sholihatin, E. (2022). Digitalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Membangun Ketahanan Bisnis di Era New Normal. *Journal of Governance and Administrative Reform*, 3(2), 163–180. <https://doi.org/10.20473/jgar.v3i2.41772>
- Asep Suhendar Aprilia. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(6), 780–784. <https://doi.org/10.56799/jceki.v1i6.809>
- Astuti, A., Mane, A. A., & Saleh, M. Y. (2023). Peran Perkembangan Teknologi Digital Terhadap Strategi Pemasaran Dan Distribusi Umkm Kota Makassar. *Indonesian Journal of Business and Management*, 6(1), 175–180. <https://doi.org/10.35965/jbm.v6i1.3788>
- Aziz, S., Niazi, M. A. K., & Ghani, U. (2023). Effect of knowledge, social and religious factors affecting the intention of Muslims in Pakistan to receive COVID-19 vaccination: mediating role of attitude towards COVID-19 vaccination. *Journal of Islamic Marketing*, 14(7), 1890–1914. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2021-0400>
- Azizah, S. N., Subekti, D., & Hadi, S. (2020). Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Intervening Variabel Pada Produk Kentucky Fried Chicken (Kfc) Arion Mall. *Jurnal STIE Indonesia*.
- Barney, J., Wright, M., & Ketchen, D. J. (2001). The resource-based view of the firm: Ten years after 1991. *Journal of Management*, 27(6), 625–641. <https://doi.org/10.1177/014920630102700601>

- Cypert, K., Prasetyo, E., & Setiadi, A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Brokoli Organik Di Pasar Modern Gelael Semarang Analysis of Factors Affecting Purchasing Decision of Organic Broccoli At Gelael Modern Market in Semarang. *Jsep*, 12(2), 67–79.
- Dendy, K. B., Gumoyo, M. N., & Livia, W. (2020). Pengaruh Labelisasi Halal, Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Chatime. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(3), 2020.
- Setyaningrum, C., Samsir, & Yulia, E. (2020). Pengaruh kualitas mobile, harga, dan kualitas produk dengan kepercayaan pelanggan sebagai variabel moderasi terhadap keputusan pembelian online situs shopee. *Tepak Manajemen Bisnis*, XII(3).
- Dewi, M. N., & Samuel, H. (2019). Pengaruh Gaya Hidup (lifestyle), Harga, Promosi terhadap Pemilihan Tempat Tujuan Wisata (destination) Studi Kasus pada Konsumen Artojaya Tour & Travel Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 3(1), 1–13.
- Diah Retno Sufi, Fauzia Edriana Pangestuti, A. S. B. (2018). Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Bahan Produk terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian (Survei pada Gen-M Konsumen Cadbury Dairy Milk di Kota *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 66(1), 37–46.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2776%0Ahttp://repository.ub.ac.id/165515/>
- Drajat Armono, M Rizal Bakri Najib, & Nurhayanto. (2023). Pengaruh Produk Dan Promosi Terhadap Ketahanan Umkm Di Kota Mataram Setelah Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 20(2), 483–495.
<https://doi.org/10.20885/jabis.vol20.iss2.art5>
- Evayani, E., Mutia, E., Saleh, M., & Rahmawati, S. (2022). Dynamic Capability Theory: Perspektif Akuntansi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 7(2), 324–331.
<https://doi.org/10.24815/jimeka.v7i2.21770>

- Faisal, R. F., & Rahmi, D. Y. (2020). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kinerja dan Peran Marketing Capability sebagai Pemediasi pada UKM Pengolahan Makanan. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 145. <https://doi.org/10.33603/jibm.v3i2.2668>
- Fatrah Subarkah, I. B. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Usaha Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cs Me Café & Resto Ciwidey (The Quality Of Service And Business Location Influence Cs Me Café & Resto Ciwidey customer satisfaction). *Ekonomi*, 4(1), 9–15.
- Fitri Zakiyah, E., Bowo Prayoga Kasmu, A., & Nugroho, L. (2022). Peran Dan Fungsi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Dalam Memitigasi Resesi Ekonomi Global 2023. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(4), 1657–1668. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v2i4.4482>
- Fitriani, F., Kania Widyawati, D., Sutarni, Berliana, D., & Apriyani, M. (2022). Smart Marketplace Untuk Keberlanjutan Bisnis Lokal. *Jurnal Manajemen Informatika Dan Sistem Informasi*, 5(2), 187–199. <https://doi.org/10.36595/misi.v5i2.337>
- Fitrianingsih1*, Y., Sebayang, K. D. A., & Mukhtar, S. (2022). Pengaruh Business Plan Dan Digital Marketing Terhadap Ketahanan Ukm Pasca Pandemi Di Jakarta Timur. 1(3), 263–272.
- Galang. (2016). Metode Penelitian Kualitatif dalam Bidang Bimbingan dan Konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 2(2). <http://ejournal.stkipmpringsewu-lpg.ac.id/index.php/fokus/a>
- Gandhi Raka Trihatmodjo. (2022). *Ieff 01.03.2022*. 1(3), 231–243.
- Gede, L., Dewi, K., Ganesha, U. P., Usaha, K., & Muda, P. (2021). Mengungkap strategi ketahanan usaha pengusaha muda. 6(2), 20–34.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Mena, J. A. (2012). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling in marketing research. *Journal*

- of the Academy of Marketing Science*, 40(3), 414–433.
<https://doi.org/10.1007/s11747-011-0261-6>
- Hakim, I. N., & Hamidah, S. (2022). Peran Kuliner Tradisional dalam Mendukung Pemajuan Kebudayaan di Destinasi Pariwisata Prioritas Yogyakarta. *Mozaik Humaniora*, 21(2), 193–208. <https://doi.org/10.20473/mozaik.v21i2.29444>
- Handayani, T., Pusporini, P., & Resti, A. A. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Usaha Mie Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jesya*, 6(1), 209–220. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.889>
- Hardiansyah, F., Nuhung, M., & Rasulong, I. (2019). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 90–107.
- Haryono, T., & Marniyati, S. (2018). Pengaruh Market Orientation, Inovasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Bisnis Dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 17(2), 51. <https://doi.org/10.20961/jbm.v17i2.17174>
- Haya, S. F., & Tambunan, K. (2022). Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM). *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.
- Heani. (2020). Penerapan Budaya Organisasi Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Era 4.0. *Ekonomi Bisnis*, 966–970.
- Hermanto, B. (2011). Pengaruh Lokasi Usaha, Karakteristik Bisnis terhadap Strategi Bisnis dan Kinerja Usaha Industri Kecil di Sulawesi Utara. In *JAM, Jurnal Aplikasi Manajemen, Universitas Brawijaya Malang: Vol. 9 no 3 202* (Issue Karakteristik, p. 11). <https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/388>
- Hermanto, B., & Syahril. (2018). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. *Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 5(1), 42–50.

- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method)*. Hidayatul Quran Kuningan.
- Herdiansyah, G., Candra, M., & Pahlevi, R. (2019). Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Dan Pajak Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm) Desa Tebedak Ii Kecamatan Payaraman Ogan Ilir. *Suluh Abdi*, 1(2), 84–89. <https://doi.org/10.32502/sa.v1i2.2296>
- Husen, A., Sumowo, S., Rozi, A. F., Ekonomi, F., & Muhammadiyah Jember, U. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember The Effect Of Locations, Brand Images And Word Of Mouth To Consumer Buying Decisions On Mie Ayam Solo Bangsal Jember. In *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* (Vol. 4, Issue 2).
- Imalia, I., & Imelda, A. (2020). Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembelian Rumah Di Grand Nusa Indah Blok J, Cileungsi Pada PT. Kentanix Supra Internasional) Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pemb. *Management and Business Review*.
- Imamuddin, M., Syahrul, S., & Dantes, R. (2020). Pengaruh Label Halal Dimoderasi Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kemasan Oleh Mahasiswa PTKIN Se-Sumatera Barat. *KABILAH: Journal of Social Community*, 5(1), 14–25. <https://doi.org/10.35127/kbl.v5i1.3884>
- Indah Apriani, Nazori Majid, & Rohana Rohana. (2023). Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Emas Di Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 2(1), 227–243. <https://doi.org/10.56444/transformasi.v2i1.523>
- Indra Permana. (2018). *129-847-1-PB.pdf*.
- Indriastuti, M., & Kartika, I. (2022). The Impact of Digitalization on MSMEs' Financial

- Performance: The Mediating Role of Dynamic Capability. *Jurnal Economia*, 18(2), 240–255. <https://doi.org/10.21831/economia.v18i2.42790>
- Indriyani Iffathurjannah, M. (2021). Pengaruh keamanan makanan, harga dan rasa terhadap keputusan pembelian. In *AKUNTABEL* (Vol. 18, Issue 2).
- Irmania, E., Trisiana, A., & Salsabila, C. (2021). Upaya mengatasi pengaruh negatif budaya asing terhadap generasi muda di Indonesia. *Universitas Slamet Riyadi Surakarta*, 23(1), 148–160. <http://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb>
- Iwan Sahara, N., & Adi Prakoso, F. (2020). Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA) Journal Homepage Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada (Studi di Wilayah Jakarta Selatan). *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*.
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72–78.
- Jember, U. (n.d.). *Memunculkan Tema, Konsep, dan Variabel baru dengan Teknik Analisis Data Kualitatif berbantuan NVivo*.
- Kanter, G. E., Lopian, J. S. L. H., Soepeno, S., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Ratulangi, U. S. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Coffee Latte Era Pandemi Covid-19 Di Rangow Coffee Kecamatan Langowan Barat the Effect of Marketing Mix on Consumer Buying Decision Coffee Latte in the Era Covid-19 Pandemic At Rangow Coffee L. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 1555–1565.
- Khaldun, I. (1958). *Muqaddimah*, (terje. Franz Rosenthal). Pantheon Books.
- Kholidi Hadi, H. (2022). Pengaruh Dinamisme Lingkungan Dan Ketidakpastian Lingkungan Terhadap Kinerja Umkm. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10, 902–910.

<https://idntrepreneur.com/contoh->

- Kiaracondong, K., & Bandung, K. (2023). Membangun Sdm Kreatif Dan Produktif Dengan Memanfaatkan Media Marketplace Untuk Memulai Bisnis Di Masa Pandemic Covid-19 .*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia Email : anr35152@unibi.ac.id Abstrak Kata*. 3(1), 26–29.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks.
- Laksana, K. N. (2013). Gaya Hidup, Kelas Sosial dan Keputusan Pembelian Produk Sepatu Impor Pada Kalangan Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 4.
- Larasati, R., Supinardi, Bambang, & Fadhilah, M. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Sleman. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 585–594. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.3642>
- Lasut, R. F., Mandey, S. L., & Jan, A. H. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Besaran Premi Terhadap Tingkat Kolektibilitas dan Kepuasan Peserta sebagai Variabel Intervening pada BPJS Kesehatan Cabang Manado. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 7(2), 633. <https://doi.org/10.37905/aksara.7.2.633-646.2021>
- Latifah, U. (2022a). Kebijakan Mandatori Sertifikasi Halal bagi Produk Usaha. *Journal of Indonesian Sharia Economics*, 1(1), 41–58.
- Latifah, U. (2022b). Kebijakan Mandatori Sertifikasi Halal bagi Produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Kudus. *JOSE: Journal of Indonesian Sharia Economics*, 1(1), 41–58. <https://doi.org/10.35878/jiose.v1i1.362>
- Lestari, W. S., Yusuf, A., Singaperbangsa, U., Ronggo Waluyo, J. H., Timur, J., Karawang, J., & Barat, I. (2019). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Steak Jongkok Karawang. *Jurnal Ekonomi Manajemen*,

5, 94–101.

- Listanti, A. M., Sintani, L., & Harinie, L. T. (2020). *Pengaruh Persepsi Harga, Iklan, Kepercayaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee*. 48–56. <http://repository.unsoed.ac.id/12717/>
- Listighfaroh, M. I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Cair Feira White Shower Cream Di Surabaya. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1–17.
- Magvira, N. L., Hakim, A., Pramesti, D. D., & Ova, R. S. (2023). Pemberdayaan UMKM Batik Labako di Desa Sumberpakem Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember melalui Pemasaran Produk Berbasis e-commerce. *Warta Pengabdian*, 17(1), 80. <https://doi.org/10.19184/wrtp.v17i1.38386>
- Mala, C. M. F., Hosen, M. N., & Al Arif, M. N. R. (2023). An analysis of market power and efficiency of Islamic banking in Indonesia and Malaysia. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 9(1), 1–16. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol9.iss1.art1>
- Malahayati, M., & Maryamah, M. (2019). Etika Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah, Akuntansi Dan Perbankan (JESKaP)*, 3(1), 75–93. <https://doi.org/10.52490/jeskape.v3i1.441>
- Manan, M. A. (1997). *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. Dana Bakti Prima Yasa.
- Margan, S. (2003). *Metode Penelitian Pendidikan*. Rineka Cipta.
- Marzali, A. (2014). *Memajukan Kebudayaan Nasional Indonesia*. 26(3), 251–265.
- Matondang, Z., Fadlilah Nasution, H., & Saefullah, A. (2019). Pengaruh Pengetahuan Produk, Label Halal, Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 1–10.
- Mazzia, L. (1994). Luth, Mazzia. *Kebudayaan*, 3(April), 139. <http://repository.unism.ac.id/514/1/skripsi.pdf>

- Meliani, A., Kosim, A. M., & Hakiem, H. (2021). Pengaruh Religiusitas, Gaya Hidup, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim di Marketplace. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(3), 174–186. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i3.535>
- Mira Veranita, Gunardi, Ramayani Yusuf, & Yunyun Ratna H. (2023). Pemberdayaan Pelaku UMKM Perempuan Dalam Upaya Peningkatan Ketahanan Ekonomi Melalui Pelatihan Digital Marketing. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(3), 388–401. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v4i3.1461>
- Muharam, D. R. (2017). Penerapan Konsep Resources-Based View (Rbv) Dalam Upaya Mempertahankan Keunggulan Bersaing Perusahaan. *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu Dan Praktek Administrasi*, 14(1), 82–95. <https://doi.org/10.31113/jia.v14i1.4>
- Muharam, S., Isyanto, P., & Sumarni, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Volume Penjualan pada UMKM Mie Cihuy Karawang. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 708–720. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.4986>
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM) - Partial Least. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 391–402. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.2018>
- Nandang, N. (2023). Pengaruh Kompetensi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja Pelaku Ekowisata Kampung Kopi Mekarbuana-Karawang. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12(01). <https://doi.org/10.34308/eqien.v12i01.1318>
- Napitupulu, F. (2019). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Ramayana Lestari Sentosa. *Kinerja*, 16(1), 1–9.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga,

- Promosi, Kepercayaan, dan Karakteristik Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199.
- Nasution, A. H. (2021). Pengaturan Sertifikasi Halal Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Studi Analisis Terhadap Undang-Undang No 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. *Disertasi*, 33, 1–347.
- Natanael, Y. A., Harmansah, A., Jamaris, E., Harasid, H., Sumoharjo, D., Kasaf, M., & Taufik, T. (2023). Analisis Dampak Pembayaran Digital terhadap Sistem Pembukuan Bisnis Pada UMKM King Leuser. *Medani: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 51–54. <https://doi.org/10.59086/jpm.v2i2.324>
- Nilamsari, N. (2014). Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif. *Wacana*, 8(2), 177–1828. <http://fisip.untirta.ac.id/teguh/?p=16/>
- Nizar, N. I., & Sholeh, A. N. (2021). Peran Ekonomi Digital Terhadap Ketahanan dan Pertumbuhan Ekonomi Selama Pandemi COVID-19. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 4(1), 87–99. <https://doi.org/10.33753/madani.v4i1.163>
- Nur Fu'ad, E. (2015). Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro/Kecil Di Komplek Shopping Centre Jepara. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 30(1), 56–67.
- Nurul Anisa, A., & Setyowati, E. (2023). SEIKO : Journal of Management & Business Analisis Peran Ekonomi Digital Terhadap Ketahanan Dan Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(1), 720–729. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3745>
- Oktafiani Tana, S., & D Bassie, J. L. (2020). 332923-Pengaruh-Gaya-Hidup-Dan-Kualitas-Layanan-D6976Bbe. / *JOURNAL OF MANAGEMENT (SME's)*, 13(3), 1–16. <https://media.neliti.com/media/publications/332923-pengaruh-gaya-hidup-dan-kualitas-layanan-d6976bbe.pdf>

- Paendong, M., & Tielung, M. V. J. (2016). Pengaruh Kebutuhan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren Di Galeri Smartfren Cabang Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4), 387–395.
- Pahlefi, M. R. (2022). Pengaruh Modal Dan Lokasi Terhadap Usaha Kecil Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Pada Agen Pulsa Prabayar Di Kabupaten Tanjung Jabung Barat. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(2), 477–487. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i2.17964>
- Pebriantika¹, D. T., Pitriyani², U., y Sulaeman³, E. (2022). Jurnal Mirai Management Pengaruh Harga, Cita Rasa, Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan di Karawang. *Jurnal Mirai Management*, 7(3), 255–262. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.4589>
- Pekerti, L. G. P. K. (2022). Menelisik Strategi Daya Saing Dan Ketahanan Usaha Di Tengah Maraknya Toko Modern. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(2), 157–166. <https://doi.org/10.38043/jimb.v7i2.3836>
- Prahar, Y. (2006). Pemodelan Data Kualitatif Dengan Program Nvivo (Studi Kasus: Kegiatan Menulis Dalam Pengajaran Dan Pembelajaran Matematika Diskrit). *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi, 2006(Snati)*, 67–70.
- Prasasti, C. A., & Ekawaty, M. (2022). Pengaruh Label Halal, Pendapatan, Harga Produk, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Hand Body Lotion (Studi Pada Mahasiswa Muslim Di Kota Malang). *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 140–155. <https://doi.org/10.30997/jsei.v8i1.4437>
- Pratiwi, L. H., Anam, C., Susanti, A. D., Antriyandarti, E., Widya Murti, N., & Cahyadi, M. (2022). Peningkatan Performa UMKM Es Gabus 90'an melalui Pendampingan Sertifikasi Halal. *Warta LPM*, 25(3), 407–420. <https://doi.org/10.23917/warta.v25i3.1089>
- Pratyahara, H. P., Imam, S. A., & Ratono, J. (2022). Millennial Pengaruh Harga , Brand Image , Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian

- Perlengkapan Bayi Bagi Ibu Milenial. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 8(3), 846–855.
- Putra, I. J. (2023). Strategi Ketahanan Untuk Keberlanjutan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Perspektif Syariah di Kota Solok. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(2), 501–518. <https://doi.org/10.30868/ad.v7i02.5122>
- Rachmawati, I. N. (2007). Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11(1), 35–40. <https://doi.org/10.7454/jki.v11i1.184>
- Rahadi, A. P. D. D. R. (2020). Konsep Penelitian Kualitatif plus tutorial NVivo. In *PT. Filda Fikrindo* (Issue September).
- Rahmawati, D. R., & Nahartyo, E. (2023). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ketahanan Bisnis pada UMKM DIY di Masa Pandemi Covid-19. *ABIS: Accounting and Business Information Systems Journal*, 11(3), 243. <https://doi.org/10.22146/abis.v11i3.85808>
- Ratna Sari, D., & Hartini, S. (2020). Pengaruh Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Mie Korea (Survei pada Pengunjung Kedai Mie Korea). *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 31–42.
- Rialti, R., Marzi, G., Ciappei, C., & Busso, D. (2019). Big data and dynamic capabilities: a bibliometric analysis and systematic literature review. *Management Decision*, 57(8), 2052–2068. <https://doi.org/10.1108/MD-07-2018-0821>
- Rika Fatimah, P. (2019). Mengembangkan Kualitas Usaha Milik Desa (Q-BUMDes) untuk Melestarikan Ketahanan Ekonomi Masyarakat dan Kesejahteraan Adaptif: Perancangan Sistem Kewirausahaan Desa dengan Menggunakan Model Citrapreneur. *Jurnal Studi Pemuda*, 7(2), 122. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.39551>
- Riski Wahyuni, B. E. B., & Hanum, F. (2020). Kepuasan Kualitas Kentucky Fried Chicken (KFC). 9244–9256.

- Riza, U. (2018). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Favorit Swalayan Kamulan. *Jurnal Edukasi Dan Penelitian Informatika (JEPIN)*, 15–53.
- Rizaldi, M. R., Putri, L. T., & Kamal, M. (2021). the Effect of Product Quality and Price on the Marketing Performance At the Umkm Naisha Madu Nusantara in Bangkinang City. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 3(1), 10–18. <https://jurnal.pascabangkinang.ac.id/index.php/jrmi/article/view/60%0Ahttps://jurnal.pascabangkinang.ac.id/index.php/jrmi/article/download/60/65>
- Rizan, M., Rahmi, & Elba, I. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2), 1–24.
- Rofiq, M. A., Nawawi, M. A. ASyafitri, R. I., Ektiarnanti, R., Maenadi, D., & Alfarda, W. N. (2020). Transformasi Bisnis Kreatif Micro Entrepreneur Dalam Mempertahankan Omset Di Masa Covid-19. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, September, 489–497. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/292>
- Rahmatillah, I. (2022). *Analisis Penerapan Sertifikasi Halal Dalam Meningkatkan Omset, Ketahanan, Dan pengembangan Usaha*. [http://digilib.uinkhas.ac.id/16327/1/Indah Rohmatillah_203206060013.pdf](http://digilib.uinkhas.ac.id/16327/1/Indah%20Rohmatillah_203206060013.pdf)
- Rokan, M. K. (2012). *Hukum Persaingan Usaha: Teori dan Praktiknya di Indonesia, Ed.1, Cet.ke-2*. Rajawali Pers.
- Rufaidah, P., & -, S. (2015). Kapabilitas Dinamis Umkm Industri Kreatif Jawa Barat. *Sosiohumaniora*, 17(1), 60. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v17i1.5674>
- Rutjuhan, A., & Ismunandar, I. (2020). Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan : Studi Kasus Mahfud Life Gym. *Pamator Journal*, 13(1), 105–109. <https://doi.org/10.21107/pamator.v13i1.7015>

- Shahabuddin, A., Saleh, N., Tria, R., Ramayani, I., Hamsiah, & Abdu, M. (2023). Prose Pendaftaran Sertifikasi Halal Berdasarkan Pernyataan Pelaku Usaha. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(1), 119–130. <https://ejournal.politeknikpratama.ac.id/index.php/jpmi/article/view/1213/1178>
- Salsabila, A., Maskur, A., & Stikubank Semarang, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan (Studi Pada Pelanggan Mie Gacoan di Kota Semarang). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 156–167.
- Santoso, N. C., & Hidayat, W. (2019). Pengaruh kualitas produk, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi pada pembeli produk Rotiboy di Mall Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 1–12. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/24629>
- Sari, P. A., Anna, Y. D., & Sari, W. P. (2022). Pendampingan Usaha Mikro Kriya Bordir Dalam Upaya Ketahanan Bisnis Pada Masa Krisis Covid-19. *Jurnal Berdaya Mandiri*, 4(1), 834–851. <https://doi.org/10.31316/jbm.v4i1.1797>
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Akuntansi*, 5(3), 1171–1184.
- Sartika, S., & Handayani, T. (2021). Pengaruh Strategi.Resource Based View Dan.Orientasi.Kewirausahaan Terhadap Keunggulan.Bersaing Di Sentra Jeans Cihampelas Bandung. *Journal of Economics, Management, Business and Accounting*, 1(1), 107–116. <https://doi.org/10.34010/jemba.v1i1.5024>
- Satria, A. P., & Anggrainie, N. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Citra merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Gaya Hidup dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 244–245.
- Siahaan, S. A. S., Usia, T., Pujiati, S., Tarigan, I. U., Morandini, S., Isfandari, S., &

- Nurdianawati, T. (2017). Pengetahuan, Sikap, dan Perilaku Masyarakat dalam Memilih Obat yang Aman di Tiga Provinsi di Indonesia. *Jurnal Kefarmasian Indonesia*, 7(2), 136–145. <https://doi.org/10.22435/jki.v7i2.5859.136-145>
- Sidik, A., & Mulya, B. W. (2012). Pendekatan Analisis Data Menggunakan NVivo-software untuk Penelitian Desain Logo Museum Nasional Jakarta. *Nirmana*, 13(1), 2–5. <https://doi.org/10.9744/nirmana.13.1.1-4>
- Siregar, D. (2023). Penyuluhan dan Sosialisasi; Sertifikat Halal Sebagai Upaya Perlindungan Konsumen dalam Memilih Makanan dan Minuman Di Universitas Tjut Nyak Dhien Medan. *Jurnal SOLMA*, 12(3), 1012–1020. <https://doi.org/10.22236/solma.v12i3.12673>
- Situmorang, J., Sembiring, R., & Sianturi, J. A. T. P. (2023). Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX (Maret 2023 – Agustus 2023). *Jurnal Ilmu Manajemen METHONOMIX*, 6, 1–13.
- Soeparto, W. H. (2021). Analisis Faktor Kapabilitas Dinamis Terhadap Firm Survive. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(3), 833–844. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v8i3.36183>
- Sopingi, I., Santoso, R. P., & Haryanti, P. (2023). Kualitas Produk Dan Harga Produk Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Dimoderasi Labelisasi Halal. *Seminar Nasional Sains Teknopak VII LPPM UNHAS Y Tebuireng Jombang 2023*, 1, 85–93. <https://ejournal.unhasy.ac.id/index.php/SAINSTEKNOPAK/article/view/4967/2224>
- Sudarsono, H., Ikawati, R., Kurnia, A., Azizah, S. N., & Kholid, M. N. (2024). Effects of religiosity, halal knowledge and halal certification on the intention of Muslims to use the halal vaccine during Covid-19 pandemic. *Journal of Islamic Marketing*, 15(1), 79–100. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2021-0179>
- Sukirno, S. (2000). *Makroekonomi Modern: Perkembangan Pemikiran Dari Klasik Hingga Keynesian Baru*. Raja Grafindo Pustaka.

- Sulistyo, A., Sumarwan, U., & Aminah, M. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Buku Pada Mahasiswa. *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)*, 12(3). <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v12i3.5252>
- Sumiati, S., & Gea, D. (2021). Pengaruh Harga, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Bermerek Pada Pt. Bernofarm. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16(1), 57–67. <https://doi.org/10.37301/jmubh.v16i1.18324>
- Suprpto, Y., Tarihoran, S. J., Lie, K. J., & Lie, W. (2023). Jurnal Mirai Management Analisis Pengaruh Faktor Kebudayaan Terhadap Bisnis Internasional. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 174–180.
- Suratmin. (1945). Pengaruh Pemilihan Lokasi Usaha Terhadap Kesuksesan Usaha Jasa Mikro di Jalan Juanda Samarinda. *Journal Of the Faculty of Economics, University of Samarinda*, 105(3), 129–133. <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:BDsuQOHoCi4J:https://media.neliti.com/media/publications/9138-ID-perlindungan-hukum-terhadap-anak-dari-konten-berbahaya-dalam-media-cetak-dan-ele.pdf+%&cd=3&hl=id&ct=clnk&gl=id>
- Suryaputri, R. V. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Beli Produk Halal. *Taraadin : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.24853/trd.1.1.1-15>
- Susilo, R. F. N., Darmawan, A. J., & Putri, Y. H. (2023). Konsep Ekonomi Sirkular Dalam Model Bisnis Berkelanjutan Untuk Membangun Gaya Hidup Hijau Masyarakat Indonesia. *Jurnal IMAGINE*, 3(1), 41–49. <https://jurnal.std-bali.ac.id/index.php/imagine>
- 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>

- Tahrin, V. S., Kalangi, J., & Mukuan, D. (2020). Pengaruh Harga, Promosi dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian pada KFC Mega. *Productivity*, 1(2), 101–106.
- Taimiyah, I. (2005). *Majmu' al-Fatawa. Darul Wafa'. Riyadh.*
- Teddy Suhendra. (2022). Studi Promosi, Kualitas Produk, Dan Harga Kompetitif Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Umkm Kerajinan Tangan Di Kota Pontianak). *Ekonomi*, 6(11), 2494–2509.
- Tholok, F. W., Sugandha, S., Janamarta, S., & Parameswari, R. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Online Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Fakultas Bisnis). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 21(2), 26–34. <https://doi.org/10.31253/pe.v21i2.1825>
- Tjaja, L. P., Yantih, N., & Hatta, L. H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Brand Image dengan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat OTC di Apotek X Jakarta Timur. *MAHESA : Malahayati Health Student Journal*, 3(11), 3576–3595. <https://doi.org/10.33024/mahesa.v3i11.11364>
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi 3.* Andi.
- Tuluki, A. N. P., Soegoto, A. S., & Soepeno, D. (2023). Pengaruh Kinerja Pemasaran dan Kualitas Produk terhadap Perkembangan UMKM di Kelurahan Teling Atas pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 869–879. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.49201>
- Ul Jannah, A., & Batubara, C. (2023). Peran Sertifikasi Halal Food Pada Bisnis Sesuai Syariat Islam. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 3(2), 3343–3345.
- Viariani, W., Deni Lubis, & Marhamah Muthoharoh. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ketahanan UMKM Makanan dan Minuman Bersertifikat Halal saat Pandemi COVID-19 di Kota Banda Aceh. *Al-Muzara'Ah*, 10(1), 33–45.

<https://doi.org/10.29244/jam.10.1.33-45>

- Wawan Wasik Marzuki, Drs. Triyono, M. (2019). Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, Dan Bahan Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2776%0>
<Ahttp://repository.ub.ac.id/165515/>
- Wenas, C. F., Hilal, N., Abdul, U., & Lamajido, A. (2023). *Pengaruh Citra , Harga dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Tradisional Karunia Penyembuh di Kota Palu The Influence of Image , Price and Quality on Purchasing Decisions of Traditional*. 6(8), 1078–1086. <https://doi.org/10.56338/jks.v6i8.4045>
- Wernerfelt, B. (1995). Scencedirect_articles_13Mar2017_05-37-01. *Strategic Management Journal*, 16(3), 171–174.
- Widiati, S., & Azkia, L. I. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Dan Peran Sertifikasi Halal Produk Pangan Lokal Umkm Dalam Menunjang Ketahanan Pangan Tingkat Rumah Tangga. *Sebatik*, 27(1), 398–406.
<https://doi.org/10.46984/sebatik.v27i1.2275>
- Widodo, & Panggih, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Photocopy Nirwana Ponorogo. In *Miss Perpustakaan IAIN Ponorogo*.
- Widyasari, Tasya Rahna, M. I. (2022). *Pengaruh Dynamic Capability dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Usaha Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening UMKM Kuliner Surakarta*. 91. <http://eprints.ums.ac.id/103294/>
- Wirapraja, A., Hariyanti, N. T., & Aribowo, H. (2023). Kajian Literatur Dampak dan Pengaruh Digital Influencer Marketing terhadap Perkembangan Strategi Bisnis. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 3(1), 37–47.
<https://doi.org/10.24002/konstelasi.v3i1.7098>

Yulianti, R. T. (2010). Ekonomi Islam Dan Kearifan Lokal. *Millah, ed(khus)*, 99–115.
<https://doi.org/10.20885/millah.ed.khus.art6>

Yusuf, A. (1979). *Kitab al-Kharaj. Beirut: Dar al-Ma"arif.*

Zuriatina, I. (2020). Pengaruh Pembangunan Kebudayaan Terhadap Pembangunan Manusia Di Indonesia. *TEMALI: Jurnal Pembangunan Sosial*, 3(1), 1–17.
<https://doi.org/10.15575/jt.v3i1.6364>

