

**INTEGRASI *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* DAN
INSTITUTIONAL THEORY TERHADAP MINAT
PEDAGANG KAKI LIMA MENGADOPSI SERTIFIKASI
HALAL DENGAN KEPATUHAN SEBAGAI VARIABEL
MEDIASI**



TESIS

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR
MAGISTER DALAM ILMU EKONOMI SYARIAH**

OLEH :

SAKINAH MARDIYATILLAH
24208011008

DOSEN PEMBIMBING :

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

NIP : 199109192015032008

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

2026

PENGESAHAN



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-355/Un.02/DEB/PP.00.9/03/2026

Tugas Akhir dengan judul : INTEGRASI THEORY OF PLANNED BEHAVIOR DAN INSTITUTIONAL THEORY TERHADAP MINAT PEDAGANG KAKI LIMA MENGADOPSI SERTIFIKASI HALAL DENGAN KEPATUHAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SAKINAH MARDIYATILLAH, S.E.,
Nomor Induk Mahasiswa : 24208011008
Telah diujikan pada : Selasa, 24 Februari 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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: 69a94202eaf67



Penguji I

Prof. Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 69a81b6c756c1



Penguji II

Dr. Joko Setyono, SE., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 69a93c5957e46



Yogyakarta, 24 Februari 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA.
SIGNED

Valid ID: 69aa320c2ed6e

SURAT PERSETUJUAN TESIS

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga
di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa tesis Saudara:

Nama : Sakinah Mardiyatillah

Nim : 24208011008

Judul : Integrasi *Theory Of Planned Behavior* dan *Institutional Theory*

· Terhadap Minat, Pedagang Kaki Lima Mengadopsi Sertifikasi Halal Dengan Kepatuhan Sebagai Mediasi

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 bidang ilmu ekonomi.

Dengan ini saya mengharapkan agar tesis tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 20 Januari 2026

Pembimbing,



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

NIP : 199109192015032008

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sakinah Mardiyatillah
NIM : 24208011008
Jurusan/Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa Tesis yang berjudul "**Integrasi Theory Of Planned Behavior Dan Institutional Theory Terhadap Minat Pedagang Kaki Lima Mengadopsi Sertifikasi Halal Dengan Kepatuhan Sebagai Variabel Mediasi**" 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.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 10 Januari 2026

Penyusun



Sakinah Mardiyatillah
NIM. 24208011008

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR

Sebagai civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sakinah Mardiyatillah

NIM : 24208011008

Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Integrasi *Theory Of Planned Behavior* Dan *Institutional Theory* Terhadap Minat Pedagang Kaki Lima Mengadopsi Sertifikasi Halal Dengan Kepatuhan Sebagai Variabel Mediasi”

Dengan ini menyatakan bahwa sanggup untuk menerbitkan ke dalam jurnal yang tersitasi standard DOAJ (*Directory of Open Access Journals*), guna memenuhi salah satu syarat Ujian Tugas Akhir/Tesis di Program Studi Magister Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Yogyakarta

Pada tanggal: 20 Januari 2026

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Sakinah Mardiyatillah

HALAMAN MOTO

لِلنَّاسِ أَنْفَعُهُمُ النَّاسِ خَيْرٌ

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat
bagi manusia.”

(H.R. Ahmad dan Ath Thabrani)

النَّصِيرُ وَنِعْمَ الْمَوْلَى نِعْمَ الْوَكِيلُ وَنِعْمَ اللَّهُ حَسْبُنَا

"Cukuplah Allah menjadi penolong kami
dan Allah adalah sebaik-baiknya pelindung."



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang.

Dengan mengucapkan Alhamdulillah dan rasa syukur kepada Allah Swt

Akhirnya tesis ini dapat diselesaikan dengan baik.

Tesis ini penulis persembahkan untuk orang-orang penulis sayangi:

Terkhusus kepada kedua orang tua

dan dua saudara laki-laki yang memberikan cinta, kasih dan sayangnya tanpa pamri, keluarga besar, teman sejawat yang selalu mendukung, mendo'akan dan menyayangi penulis dengan penuh kesabaran dan pengorbanan sampai saat ini.

Terima kasih kepada kedua orang tua, keluarga besar dan teman-teman sejawat

yang telah banyak membantu, dukungan dan doa.

Serta Almamater UIN Sunan Kalijaga.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan tesis ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 054b/U/1987

A. Konsonan Tunggal

Huruf 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'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Žāl	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Šād	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Tā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	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	Miim	m	em
ن	Nūn	n	en
و	Wāwu	w	w
ه	Hā'	h	ha
ء	Hamzah	'	apostrof
ي	Yā'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Konsonan Tunggal

Semua tā' marbūṭah ditulis dengan h, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti 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>Ḥikmah</i>
علة	ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الأولياء	ditulis	<i>Karāmah al-auliya</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

Semua tā' marbūṭah ditulis dengan h, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti 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.

---◌---	Fatḥah	ditulis	<i>A</i>
---◌---	Kasrah	ditulis	<i>i</i>
---◌---	Ḍammah	ditulis	<i>u</i>
فعل	Fatḥah	ditulis	<i>fa'ala</i>
ذكر	Kasrah	ditulis	<i>ḡukira</i>
يذهب	Ḍammah	ditulis	<i>yaḡhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. Fatḥah + alif	Ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyah</i>
2. Fatḥah + yā' mati	ditulis	<i>ā</i>
تنسى	ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + yā' mati	ditulis	<i>ī</i>
كريم	ditulis	<i>karīm</i>
4. Ḍammah + wāwu mati	ditulis	<i>ū</i>
فروض	ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1. Fatḥah + yā' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
2. Fatḥah + wāwu mati	ditulis	<i>au</i>
قول	ditulis	<i>qaul</i>

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

الانتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	ditulis	<i>la'in syakaryum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

القران	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السماء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوى الفروض	Ditulis	<i>ẓawī al-furūd</i>
اهل السنة	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah atas segala nikmat, karunia Allah, hidayah dan rahmat-Nya, hingga akhirnya peneliti dapat menyelesaikan tesis dengan judul **“Integrasi *Theory Of Planned Behavior* Dan *Institutional Theory* Terhadap Minat Pedagang Kaki Lima Mengadopsi Sertifikasi Halal Dengan Kepatuhan Sebagai Mediasi”** dengan lancar. Shalawat serta salam selalu tercurah dan terlimpahkan kepada uswatun hasanah, Rasulullah Saw, keluarga, sahabat, tabi’in, tabi’at dan umatnya yang senantiasa setia dan istiqomah dengan syariat dan dakwah Islam.

Teriring doa dan rasa terima kasih kepada semua pihak, khususnya dalam menyelesaikan tesis ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi Hasan, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D. selaku Rektor Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., AK.CA., ACPA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri 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, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4. Bapak Dr. Slamet Haryono, SE, M.SI., AK., CA selaku dosen pembimbing akademik peneliti di Program Studi Magister Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Ibu Dr. Siti Azizah, S.E.I., M.E.I. selaku Dosen Pembimbing yang baik hati dengan penuh ketegasan, teliti, kesabaran dan kasih sayang yang senantiasa telah banyak meluangkan waktu dan memberikan bantuan, arahan, nasihat, kritik dan motivasi dalam menyelesaikan tesis ini.
6. Seluruh Dosen dan Seluruh Staf serta Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan wawasan kepada penulis.
7. Penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua dan dua saudara laki-laki yang telah memberikan ridho hingga sampai dititik ini, penuh cinta, kasih serta sayang dan dukungan penuh dari segala aspeknya .
8. Penulis mengucapkan terimah kasih kepada keluarga besar, sebagian teman yang selalu meluangkan tenaga, pikiran, saran dan direpotkan selama melakukan penulisan ini, teman kelas dan MES Gasal 2024 yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan doa.

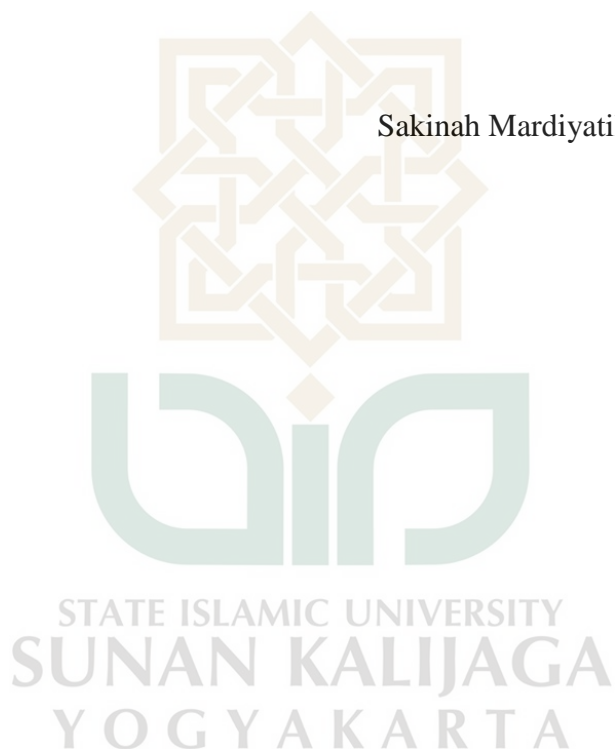
Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penulisan tesis ini, sehingga diperlukan saran

dan kritik yang membangun demi perkembangan kedepannya. Akhir kata peneliti mengucapkan banyak terima kasih dan semoga tesis ini bermanfaat bagi yang membaca.

Yogyakarta, Januari 2026

Penulis

Sakinah Mardiyatillah



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	i
SURAT PERSETUJUAN TESIS	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAM PERSUTUJUAN PUBLIK UNTUK KEPENTINGAN AKDEMIK.....	iv
HALAMAN MOTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
ABSTRAK	xxiii
ABSTRACT	xxiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian	15
D. Manfaat Penelitian	16
E. Sistematika Pembahasan	17

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN	
HIPOTESIS	19
A. Landasan Teori	19
1. <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	19
2. Institutional Theory (Teori Institusional)	22
3. Teori Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) ..	27
4. Ketentuan Hukum Islam	28
5. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	30
6. Pedagang Kaki Lima	33
7. Sikap (<i>Attitude</i>)	35
8. Norma Subjektif (<i>Subjective Norm</i>)	37
9. Pengetahuan (<i>Knowledge</i>)	40
10. Regulasi (<i>Regulation</i>)	41
11. Kepatuhan (<i>Compliance</i>)	43
12. Sertifikasi Halal	46
B. Kajian Pustaka	54
C. Kerangka Pemikiran Teoritis	63
D. Pengembangan Hipotesis	64
BAB III METODE PENELITIAN	78
A. Pendekatan Penelitian	78
B. Variabel dan Defenisi Operasional Variabel Penelitian	78
C. Populasi dan Sampel Penelitian	81
D. Data, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	84
E. Teknik Analisis Data	85

1.	Analisis Deskriptif	85
2.	Partial Least Square (PLS)	85
3.	Analisis Inferensial	86
a.	Evaluasi Model Pengukuran Reflektif (<i>Outer Model</i>)	86
b.	Evaluasi Model Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>)	89
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		93
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	93
B.	Karakteristik Responden	93
1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	95
2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	96
3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah/Domisili	97
4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis PKL	99
5.	Karakteristik Responden Lama Berjualan	100
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan	101
C.	Hasil Penelitian	102
1.	Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	102
2.	Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	109

D.	Pembahasan	118
	1. Pengaruh Sikap terhadap minat pedagang kaki lima mengadopsi sertifikasi halal di Yogyakarta	118
	2. Pengaruh norma subjektif terhadap minat pedagang kaki lima mengadopsi sertifikasi halal di Yogyakarta	121
	3. Pengaruh pengetahuan terhadap minat pedagang kaki lima mengadopsi sertifikasi halal di Yogyakarta	124
	4. Pengaruh regulasi terhadap minat pedagang kaki lima mengadopsi sertifikasi halal di Yogyakarta	126
	5. Pengaruh kepatuhan terhadap minat pedagang kaki lima mengadopsi sertifikasi halal di Yogyakarta.....	129
	6. Pengaruh sikap jika dimediasi dengan kepatuhan terhadap minat pedagang kaki lima mengadopsi sertifikasi halal di Yogyakarta	131
	7. Pengaruh norma subjektif jika dimediasikan dengan kepatuhan terhadap minat pedagang kaki lima mengadopsi sertifikasi halal	134
	8. Pengaruh pengetahuan jika dimediasi dengan kepatuhan berpengaruh terhadap minat pedagang kaki lima mengadopsi sertifikasi halal di Yogyakarta.....	136
	9. Pengaruh regulasi jika dimediasi dengan kepatuhan berpengaruh terhadap minat	

pedagang kaki lima mengadopsi sertifikasi halal di Yogyakarta.....	139
BAB V PENUTUP	143
A. Kesimpulan	143
B. Implementasi	147
C. Keterbatasan dan Saran	148
DAFTAR PUSTAKA	151
LAMPIRAN	192



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Definisi Operasional Variabel	79
Tabel 4.1 Rincian Deskriptif Responden	94
Tabel 4.2 Hasil Validitas Konvergen	104
Tabel 4.3 Hasil Heterotrait-Monotrait (HTMT)	106
Tabel 4.4 Hasil Determinan Kriterial Fornell-Larcker	108
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Hipotesis	111
Tabel 4.6 Hasil Pengujian R Square	117

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	192
Bagian I: Demografi Responden	193
Lampiran 2. Deskripsi Responden Penelitian	201
Lampiran 3. Tabulasi Jawaban Responden	203
Lampiran 4. Hasil Pengujian <i>Outer Model</i>	252
Lampiran 5. Hasil Pengujian <i>Inner Model</i>	252
Lampiran 6. Hasil Pengujian Outer Loading	253
Lampiran 7. Hasil Pengujian Validitas dan Realibitas Konstruk.....	254
Lampiran 8. Hasil Pengujian Heterotrait-Monotrait (HTMT)	254
Lampiran 9. Hasil Pengujian Determinan Kriterial Fornell- Larcker	254
Lampiran 10. Hasil Pengujian Efek Tidak Langsung dan Efek Langsung	255
Lampiran 11. Hasil Pengujian R Square	256
Lampiran 12. Dokumen Penyebaran Kuesioner	257

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teoritis	63
Gambar 4.1 Model Struktural (Outer Model)	103
Gambar 4.2 Model Struktural (Inner Model)	110



Abstrak

Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang membentuk minat Pedagang Kaki Lima (PKL) untuk mengadopsi sertifikasi halal di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan mengintegrasikan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan *Institutional Theory*, serta menempatkan kepatuhan sebagai variabel mediasi yang menjembatani determinan internal dan eksternal terhadap minat sertifikasi halal. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif melalui pengumpulan data primer menggunakan kuesioner skala Likert pada November-Desember 2025, dengan 300 responden yang dipilih secara *purposive sampling* dari Pedagang Kaki Lima (PKL) meliputi, makanan berat, minuman, jajanan/camilan, dan pangan segar yang belum memiliki sertifikat halal. Data dianalisis menggunakan SEM-PLS (SmartPLS) untuk menguji pengaruh langsung maupun tidak langsung antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap dan pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat sertifikasi halal, sementara norma subjektif dan regulasi tidak terbukti berpengaruh langsung. Akan tetapi, kepatuhan berpengaruh signifikan terhadap minat dengan arah negatif dan terbukti memediasi pengaruh sikap serta pengetahuan terhadap minat, tetapi tidak memediasi jalur norma subjektif maupun regulasi.

kata kunci: Sertifikasi halal, Pedagang Kaki Lima, TPB, Institutional Theory, Kepatuhan, Minat Adopsi.

Abstrak

This study examines the determinants shaping culinary street vendors' Pedagang Kaki Lima (PKL) intention to adopt halal certification in the Special Region of Yogyakarta by integrating the *Theory of Planned Behavior* (TPB) and *Institutional Theory*, with compliance positioned as a mediating variable linking internal and external drivers to halal certification intention. Using a quantitative approach, primary data were collected through a Likert-scale questionnaire administered in November–December 2025 to 300 respondents selected via purposive sampling from culinary PKL, main meals, beverages, snacks, and fresh food products who had not yet obtained halal certification. The data were analyzed using PLS-SEM (SmartPLS) to test both direct and indirect effects among the study variables. The results indicate that attitude and knowledge have significant positive effects on halal certification intention, whereas subjective norms and regulation do not demonstrate significant direct effects. However, compliance shows a significant negative effect on intention and is confirmed to mediate the effects of attitude and knowledge on intention, while it does not mediate the pathways from subjective norms and regulation.

Keywords: halal certification, street vendors (PKL), *Theory of Planned Behavior*, *Institutional Theory*, compliance, adoption intention.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan unit usaha mikro sampai menengah yang pada umumnya memiliki keterbatasan sumber daya, terutama pada aspek pembiayaan (Fitriasari, 2017). Pada konteks pengelompokan berdasarkan pendapatan, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mencakup usaha mikro dengan omzet tahunan sekitar Rp300.000.000, usaha kecil Rp300.000.000-Rp2.500.000.000 dan usaha menengah Rp500.000.000-Rp10.000.000.000 diluar tanah dan bangunan tempat usaha (Hidayat *et al.*, 2022). Dari keterbatasan tersebut Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran strategi dalam mendorong perekonomian nasional, terutama dalam menggerakkan aktivitas ekonomi lokal yang menyerap sekitar 60% dari Produk Domestik Bruto (PDB) dan lebih dari 97% penyerapan tenaga kerja nasional (Kementerian Koperasi dan UMKM RI, 2023).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) saat ini berkembang pesat dengan memiliki beberapa kategori satu diantaranya *Lifelihood activities* yang identik dengan aktivitas pada sektor informal, termasuk jenis Pedagang Kaki Lima (PKL) yang berjualan di ruang publik seperti pinggir jalan dan trotoar (Rizky Siregar & Ridwan, 2022).

Saat ini, Yogyakarta dikenal sebagai kota yang menjadi ruang hidup Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terkhususnya jenis Pedagang Kaki Lima (PKL) yang tidak hanya menjadi penggerak ekonomi harian rakyat, tetapi membentuk identitas pariwisata kota hingga mancanegara sampai menyatunya daya tarik wisata kuliner (Kusumawati *et al.*, 2023).

Mendominasinya sektor kuliner memberikan magnet kepada wisatawan untuk berkunjung sehingga Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) jenis Pedagang Kaki Lima (PKL) berada pada posisi strategis, setiap praktik produksi dan transaksi mereka langsung bersentuhan dengan persepsi kepercayaan konsumen terutama konsumen muslim yang sangat sensitif terhadap aspek kehalalan sampai pada kualitas, keamanan dan kepastian produk yang dijual menjadi hal penting (Dawam *et al.*, 2023). Skala jenis Pedagang Kaki Lima (PKL) di Yogyakarta tergolong besar perannya yang semakin nyata hingga mampu menampung tenaga kerja informal, menyediakan akses pangan yang terjangkau dan menghidupkan ekonomi lokal (Zainarti *et al.*, 2024).

Pemkot kota Yogyakarta memperkirakan total sekitar 10.000 Pedagang Kaki Lima (PKL) (adminwarta, 2018), pada pusat teras Malioboro 1 888 Pedagang Kaki Lima (PKL) pada tahun 2024 dan 1.041 Pedagang Kaki Lima (PKL) di Malioboro 2 (Agus, 2024). Data OSS

DPMPTSP menunjukkan angka sekitar 7.300 Pedagang Kaki Lima (PKL) yang berada di Kabupaten Sleman pada tahun 2025 (Hapsari, 2025). Oleh karena itu, besarnya Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan jenis Pedagang Kaki Lima (PKL) memberika isu jaminan halal menjadi sangat relevan karena interaksi Pedagang Kaki Lima (PKL) dengan konsumen berlangsung setiap hari terutama pada produk makanan dan minuman (Lira Adelina Hutagalung *et al.*, 2025).

Jaminan kehalalan produk menjadi semakin relevan saat ini karena sertifikasi halal diposisikan sebagai bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha kepada konsumen dan telah bergeser dari sifat *voluntary* (sukarela) menuju *mandatory* (wajib) (Maulana & Fahrullah, 2023). Secara nasional masih sebagian kecil UMKM yang telah tersertifikasi halal, meskipun penyederhanaan prosedur dan panduan telah di upayakan dengan sederhana. Rendahnya sertifikasi ini bukan hanya soal belum daftar, tetapi juga menggambarkan belum terbentuknya kesiapan untuk masuk ke proses yang menuntut dokumen, standar bahan dan pembuktian praktik produksi (Saima et al., 2024).

Kondisi di lapangan hambatan tersebut sering kali berkaitan dengan pengalaman yang tidak sesuai yang di pikirkan secara simpel dimana sebagian Pedagang Kaki Lima (PKL) merasa sudah diarahkan atau dijanjikan dibantu oleh tim pendamping sertifikasi, tetapi prosesnya

tidak berlanjut jelas muncul persepsi seperti diberi harapan tanpa kepastian (Hermanto, n.d.). Dinamika berbentuk seperti ini memperkuat rasa enggan, menurunkan kepercayaan dan pada akhirnya membuat Pedagang Kaki Lima (PKL) memilih kembali pada pola usaha sehari-hari yang dianggap paling realistis untuk bertahan (Menuk & Susilo, 2016). Maka dari itu, untuk mendorong Pedagang Kaki Lima (PKL) mengadopsi sertifikasi halal menjadi penting bukan hanya sebagai pemenuhan regulasi tetapi juga sebagai penguatan daya saing dan kepercayaan konsumen pada sektor kuliner yang menjadi ikon masyarakat (Japar *et al.*, 2024).

Minat para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) jenis Pedagang Kaki Lima (PKL) harus memiliki dorongan untuk mengadopsi sertifikasi halal pada usahanya. Minat dapat diartikan suatu rasa dengan kecenderungan atau ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada paksaan (Suharyat, 2009). Data menunjukkan adanya kesenjangan besar hingga 2024 baru sekitar 3,8 juta produk UMKM yang bersertifikat halal dari total lebih dari 64 juta UMKM menurut DPR RI, di tahun 2024 (H. Purwanto, 2024). Sebagaimana konsep konsumsi dalam Islam yang mengedepankan nilai masalah juga menjadi pertimbangan penting akselerasi sertifikasi halal perlu dilakukan (Zulfa, Millah, *et al.*, 2023).

Unsur sikap salah satu yang membangunkan para pelaku UMKM jenis pedagang kaki lima untuk mengadopsi sertifikasi halal, sikap itu sendiri sejauh ini adalah sejauh mana seseorang memiliki evaluasi baik atau buruk terhadap perilaku yang dimaksud dan sikap menentukan minat individu terhadap produk tertentu (Agus Arwani, 2019). Semakin positif sikap konsumen, semakin besar minat individu untuk melakukan perilaku tersebut (Tegar Pangesti Mahardika, 2024). Sikap sebagai perasaan konsumen (positif dan negatif) tentang suatu barang setelah mengevaluasi barang tersebut. Semakin banyak item yang dinilai semakin banyak sikap yang terbentuk dan sikap memiliki fungsi ganda berupa fungsi adaptif, pertahanan ego, ekspresi nilai dan pengetahuan (S. E. Putri, 2019).

Norma subjektif merujuk pada arah berbagai jenis tekanan dari lingkungan, keluarga dan teman sabaya ada di suatu tempat di mana keadaan tersebut mempengaruhi minat untuk melakukan sesuatu dan kemudian berujung pada perilaku terhadap suatu tindakan (Simanuruk, 2020). Keyakinan normatif individu terbentuk dari harapan dasar terhadap karakteristik yang dialami individu dan kelompok individu yang penting bagi orang tersebut (Varni et al., 2024). Norma subjektif adalah bentuk dorongan sosial pada manusia (Mahardika, 2020). Dan norma subjektif bisa juga dimaknakan norma yang

didapatkan seseorang dari persepsi terhadap sejauh mana lingkungan sosial yang cukup berpengaruh akan mendukung atau tidak pelaksanaan tingkah laku tersebut (Nu'man & Noviati, 2021).

Pengetahuan menjadi satu diantara unsur terpenting yang harus dimiliki setiap organisasi, termasuk pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Pengetahuan menjadi asset tidak berwujud yang memegang peranan penting dalam keberhasilan suatu organisasi (Abbas & Saÿsan, 2019). Pengetahuan dapat diartikan sebagai suatu keyakinan yang benar dan dapat dikelola untuk meningkatkan kinerja organisasi melalui Tindakan yang efektif (Alias & Serang, 2018). Pengetahuan yang dimiliki oleh pengusaha UMKM berkaitan dengan konsep halal dan haram menurut hukum Islam dan peraturan yang berkaitan dengan jaminan produk halal (Apriliyanto, 2023). Pengetahuan terkait produk halal merujuk pada kumpulan berbagai informasi yang berkaitan dengan produk halal, karakteristik produk, petunjuk penggunaan, tempat pembelian dan penjualan, jam perdagangan, keamanan pengiriman barang serta kepastian harga (Zulfikri *et al.*, 2023). Dan, daya saing perusahaan di pasar internasional dapat dicapai melalui dukungan organisasi dan keuangan untuk memperluas pengetahuan perusahaan tentang aturan pasar, persyaratan teknis dan

peraturan yang diperlukan untuk memperoleh sertifikasi halal (Hariani, 2024).

Implementasi strategi pada sisi regulasi, pemerintah telah menuangkan regulasi berupa UU JPH No. 33/2014 tentang jaminan produk halal dan Peraturan Pemerintah (PP) No. 39/2021 yang menyatakan kewajiban sertifikasi halal (Hasan & Choiri, 2024). Pada regulasi tersebut, kewajiban untuk memastikan kehalalan makanan dan minuman sesuai undang-undang yang berlaku mulai 17 oktober 2024. Secara birokrasi regulasi sertifikasi halal kerap dipandang sebagai beban kompleks secara administrative oleh UMKM ketegori Pedagang Kaki Lima (PKL) karena prosedur verifikasi, dokumen, langkah audit, layanan pendampingan yang belum optimal menyita waktu dan sumber daya (Fathoni *et al.*, 2025). Pada konteks ini kebijakan pada level aturan mandatory, tetapi kepatuhan pada level praktik masih rendah sehingga ketidaksinkronan antara regulasi dan realitas lapangan berpontensi mengganggu kepercayaan konsumen serta memperlambat penguatan daya saing Pedagang Kaki Lima (PKL) (Jamaluddin *et al.*, 2022).

Kepatuhan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi minat pelaku UMKM jenis pedagang kaki lima untuk melakukan sertifikasi halal. Kepatuhan dapat berkaitan dengan kepatuhan terhadap hukum agama Islam dan juga berkaitan dengan ketentuan regulasi dari

Undang-Undang Sistem Jaminan Produk Halal (Al Mushof & Syamsi, 2021). Kepatuhan pada konteks perilaku suatu organisasi dan perilaku konsumen sebagai kesediaan individu atau pelaku usaha untuk mengikuti aturan, norma dan standar yang telah ditetapkan baik oleh pemerintah, lembaga sertifikasi, maupun tuntutan sosial (Amaliatus *et al.*, 2022).

Kepatuhan menjadi konsep kunci untuk menjelaskan mengapa kewajiban tidak otomatis menjadi tindakan. Kepatuhan pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) kategori Pedagang Kaki Lima (PKL) tidak hanya berbentuk kepatuhan administratif tetapi juga kepatuhan substantif yang tercermin pada praktik halal sehari-hari, pemilihan bahan yang terjamin, kebersihan proses, pemisahan alat dan kejujuran dalam perdagangan (Sitorus *et al.*, 2022). Peneliti sebelumnya menyoroti bahwa kepatuhan dapat memediasi pengaruh pengetahuan terhadap niat sertifikasi halal. Terlihat bahwa, meski pelaku usaha memiliki pengetahuan tentang sertifikasi halal, niat mereka untuk mendaftar menjadi signifikan *tergantungan pada tingkat kepatuhan mereka terhadap prosedur dan regulasi* (Widigdo & Triyanto, 2024).

Paparan di atas menyebabkan minat sertifikasi halal pada pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia perlu dikaji dan analisis secara mendalam oleh berbagai teori yang relevan. Hal ini disebabkan, sertifikasi halal

memiliki berbagai kendala langsung pada pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah, dari sisi sikap, norma subjektif, pengetahuan, regulasi dan minat untuk memberikan sertifikasi halal pada usaha mereka. Meskipun secara normatif, sertifikasi halal sudah ditetapkan sebagai *mandatory* (wajib) bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), namun dalam kenyataannya faktor-faktor lainnya banyak yang mempengaruhi preferensi pelaku usaha dan kosumen baik itu internal ataupun eksternal.

Pada berbagai literatur *Theory of Planned Behavior* yang sering digunakan pada penelitian-penelitian yang mengkaji tentang determinasi sertifikasi halal. Ajzen (1991) menyatakan sebagian variabel yang ada pada model *Theory of Planned Behavior* (TPB) berupa sikap (*attitude towards behavior*) dan norma subjektif (*subjective norm*) (Ajzen, 1985). Beberapa penelitian sebelumnya menyatakan variabel tersebut terbukti telah mempengaruhi referensi seseorang untuk membangun minat melakukan sertifikasi halal. Menurut Huq dan Stevenson (2020) pada *Institusional Theory* yang berfungsi untuk memahami bagaimana berbagai kekuatan pembeli, pemasok dan lingkungan eksternal yang lebih luas mempengaruhi praktik organisasi (Ritonga, 2020). Pada penelitian ini, *Institusional Theory* berfungsi untuk menjelaskan fenomena yang terjadi pada minat UMKM

kategori Pedagang Kaki Lima (PKL) dalam melaksanakan sertifikasi halal dan salah satu teori yang digunakan untuk memahami perilaku individu maupun organisasi (Nugroho *et al.*, 2025).

Beberapa penelitian terdahulu membuktikan bahwa sikap mampu memberikan pengaruh positif terhadap minat Pedagang Kaki Lima dalam mengadopsi sertifikasi halal (Fitri *et al.*, 2022; Hasnah *et al.*, 2021; Azizah *et al.*, 2024; Amalia *et al.*, 2025; Nuryakin & Rahmawati, 2020; Vasiliki *et al.*, 2020 dan Suwartini & Kurniawan, 2023). Serta, beberapa penelitian terdahulu membuktikan bahwa *Norma Subjektif* memberikan preferensi para pelaku Pedagang Kaki Lima dalam mengadopsi sertifikasi halal untuk usaha yang mereka lakukan (Khaerud Dawam, 2023; Wahyuni *et al.*, 2023; Rinjani *et al.*, 2024; Sudarmiatin *et al.*, 2020; Silalahi *et al.*, 2022; Mahidin *et al.*, 2019; dan Ridho *et al.*, 2023).

Adapun beberapa penelitian lainnya mendapatkan hasil yang berbeda, dimana variabel-variabel tersebut tidak selalu signifikan atau bahkan berpengaruh negatif terhadap minat Pedagang Kaki Lima dalam mengadopsi sertifikasi halal. Seperti yang dilakukan oleh Hasan & Choiri, (2024), Omar *et al.*, (2023), Sudarmiatin *et al.*, (2020), Giyanti & Indriastiningsih, (2019), Widigdo & Triyanto, (2024), Hasan & Choiri, (2024) dan Sugianto & Purnama Ramadani Silalahi, (2025) menemukan bahwa

sikap, pengetahuan, berpengaruh positif namun tidak signifikan, karena pengetahuan atau faktor internal lainnya saja tidak cukup untuk mendorong para pelaku usaha UMKM untuk sadar atau berniat melakukan sertifikasi halal. Pada variabel kepatuhan dan regulasi beberapa penelitian terdahulu membuktikan bahwa pengaruh yang positif terhadap minat Pedagang Kaki Lima dalam mengadopsi sertifikasi halal (Alfarizi, 2023; Apriani, 2023; Ramli, 2020; A. Anwar & Bin Sarip, 2024; Putro *et al.*, 2024; Nor Qomariyah, 2022 dan Larasati & Yasin, 2024).

Peneliti sebelumnya juga menyoroti bahwa kepatuhan dapat memediasi pengaruh pengetahuan terhadap minat Pedagang Kaki Lima dalam mengadopsi sertifikasi halal. Terlihat bahwa, meski pelaku usaha memiliki pengetahuan tentang sertifikasi halal, minat mereka untuk mendaftar menjadi signifikan *tergantung pada tingkat kepatuhan mereka terhadap prosedur dan regulasi* (Widigdo & Triyanto, 2024; Dwikiwibowo & Muhammad, 2024; TriKania *et al.*, 2025; Siregar *et al.*, 2025; Septiani & Ajib, 2020; Alfajriyani *et al.*, 2024; dan Dwi *et al.*, 2024).

Meskipun faktor sikap, norma subjektif dan pengetahuan terbukti mempengaruhi pengetahuan terhadap minat Pedagang Kaki Lima dalam mengadopsi sertifikasi halal. Tetapi ada hasil penelitian terdahulu

menunjukkan adanya ketidakkonsistenan dimana beberapa variabel tidak signifikan atau berpengaruh negatif. Sehingga, kondisi ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut tidak cukup kuat apabila berdiri sendiri dan diperlukan variabel lain yang mampu menjembatani pengaruh faktor internal dan eksternal tersebut (Zahra, 2024). Ketidakkonsistenan ini memperlihatkan adanya ruang untuk penjelasan penelitian lebih lanjut mengapa sikap, norma subjektif, pengetahuan yang menampakkan dukungan belum tentu membangun minat yang operasional di lapangan, terutama ketika pelaku usaha menghadapi tuntutan prosedur dan regulatif.

Dengan demikian, untuk memberikan penjabaran gap empiris, regulatif dan menjawab inkonsistensi temuan *Theory of Planned Behavior*, kepatuhan diposisikan sebagai variabel mediasi karena dalam konteks regulasi halal di Indonesia tidak hanya sekadar memiliki sikap positif, pengetahuan, norma subjektif dan regulasi belum tentu membuat UMKM berinisiatif mengadopsi sertifikasi halal tanpa kepatuhan terhadap aturan dan standar (Dura *et al.*, 2025). Landasan ini selaras dengan terbatasnya kepatuhan menempati sebagai mediasi yang menjembati faktor internal *Theory of Planned Behavior* (TPB) (Asgar *et al.*, 2023). Di integrasikan, dengan *Institusional Theory* yang menekankan pentingnya tekanan regulasi dan kepatuhan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah

(UMKM) sebagai tekanan eksternal terkhusus pada Pedagang Kaki Lima di Yogyakarta (Astiwara, 2024). Sehingga penelitian ini menguji kepatuhan sebagai jalur mediasi untuk menghasilkan bukti empiris yang lebih komprehensif dan relevan bagi percepatan implementasi sertifikasi halal pada sektor Pedagang Kaki Lima (PKL) kuliner.

Penelitian ini berfokus pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) jenis Pedagang Kaki Lima (PKL) di Yogyakarta terkhusus pada kuliner makanan berat (angkringan, sate, gudeg, bakso, bakwan kawi, kebab, sate seafood, bakpau serta pempek, tekwan dan model), minuman (Es dawet, jus dan sejenisnya), jajanan atau cemilan (Jajanan tradisional, gorengan, cilok, batatagor/siomay, sempolan, tahu genjrot dan sejenisnya serta moci) dan bahan pangan segar (buah potong). Kesenjangan inilah yang ingin diisi dan diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan terhadap minat pedagang kaki lima dalam mengadopsi sertifikasi halal sekaligus menawarkan kontribusi praktis bagi pemerintah daerah dan lembaga terkait dalam mempercepat implementasi sertifikasi halal di sektor kuliner.

Penelitian ini memiliki urgensi yang tinggi karena kewajiban sertifikasi halal di Indonesia, sebagaimana

diatur dalam UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang diperkuat dengan UU Cipta Kerja No. 11 Tahun 2020, sudah memasuki tahap implementasi penuh. Tingkat kepatuhan para pelaku pedagang kaki lima masih rendah, padahal sektor ini mendominasi perekonomian Yogyakarta dan menjadi icon pariwisata yang langsung berhubungan dengan kebutuhan konsumen muslim. Ketidakselarasan antara regulasi dan praktik di lapangan menimbulkan risiko hilangnya kepercayaan konsumen sekaligus menghambat daya saing Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) jenis Pedagang Kaki Lima (PKL).

Diharapkan temuan pada penelitian ini mampu membantu pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) jenis Pedagang Kaki Lima (PKL) di Yogyakarta memahami faktor-faktor kunci yang mempengaruhi minat dan kepatuhan mereka, sehingga mampu meningkatkan daya saing, memperluas pasar dan memperkuat kepercayaan konsumen muslim terhadap produk yang mereka hasilkan. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul ***"Integrasi Theory Of Planned Behavior Dan Institutional Theory Terhadap Minat Pedagang Kaki Lima Mengadopsi Sertifikasi Halal Dengan Kepatuhan Sebagai Variabel Mediasi"***.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi permasalahan tersebut, maka rumusan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah sikap berpengaruh terhadap minat pedagang kaki lima mengadopsi sertifikasi halal di Yogyakarta?
2. Apakah norma subjektif berpengaruh terhadap minat pedagang kaki lima mengadopsi sertifikasi halal di Yogyakarta?
3. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat pedagang kaki lima mengadopsi sertifikasi halal di Yogyakarta?
4. Apakah regulasi berpengaruh terhadap minat pedagang kaki lima mengadopsi sertifikasi halal di Yogyakarta?
5. Apakah kepatuhan berpengaruh terhadap minat pedagang kaki lima mengadopsi sertifikasi halal di Yogyakarta?
6. Apakah sikap, norma subjektif, pengetahuan dan regulasi jika dimediasi dengan kepatuhan berpengaruh terhadap minat pedagang kaki lima mengadopsi sertifikasi halal di Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan pada studi ini sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan pengaruh sikap terhadap minat pedagang kaki lima mengadopsi sertifikasi halal di Yogyakarta.

2. Untuk menggambarkan pengaruh norma subjektif terhadap minat pedagang kaki lima mengadopsi sertifikasi halal di Yogyakarta.
3. Untuk mendeskripsikan pengaruh pengetahuan terhadap minat pedagang kaki lima mengadopsi sertifikasi halal di Yogyakarta.
4. Untuk mendeskripsikan pengaruh regulasi terhadap minat pedagang kaki lima mengadopsi sertifikasi halal di Yogyakarta.
5. Untuk mendeskripsikan pengaruh kepatuhan terhadap minat pedagang kaki lima mengadopsi sertifikasi halal di Yogyakarta.
6. Untuk mendeskripsikan sikap, norma subjektif, pengetahuan dan regulasi jika dimediasi dengan kepatuhan berpengaruh terhadap minat pedagang kaki lima mengadopsi sertifikasi halal di Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan kontribusi pada manfaat praktis di berbagai aspek seperti, konseptual, teoritis dan praktis terhadap minat pelaku pedagang kaki lima untuk melaksanakan sertifikasi halal pada usahanya. Tingginya pelaku pedagang kaki lima yang memiliki sertifikasi halal akan semakin berdampak pada tingkat minat, kepercayaan, kepuasan konsumen sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan dan mampu bersaing hingga tingkat global.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematikan pembahasan pada penelitian tesis ini terbagi menjadi 5 Bab. Berikut rincian dari setiap Babnya

Bab pertama membahas pendahuluan. Bab ini mengandung pemaparan latar belakang penelitian, latar belakang ini berisikan penjelasan masalah dan fenomena yang menjadi latar belakang yang melatarbelakangi penelitian ini, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

Bab kedua membahas landasan teori dan pengembangan hipotesis. Bab ini, penulis menyajikan landasan teori penelitian, kajian Pustaka (penelitian terdahulu), penjelasan pengembangan hipotesis serta kerangka penelitian. Bagian landasan teori, penulis memaparkan penjelasan teori-teori yang relevan dengan penelitian. Pada kajian Pustaka, penulis menguraikan kajian penelitian terdahulu yang relevan dengan model penelitian tesis ini. Selanjutnya, penulis memaparkan tentang pengembangan hipotesis dan kerangka pemikiran pada penelitian ini.

Bab ketiga membahas metode penelitian, Pada bab ini, penulis memaparkan bagian-bagian dari metode penelitian yang terdiri dari: pendekatan penelitian, populasi, sampel, definisi operasional variabel, metode pengumpulan data, teknik analisis data serta analisis dan pengujian hipotesis.

Bab keempat adalah hasil analisis data dan pembahasan. Pada bab ini, berisi penjelasan mendalam mengenai analisis deskriptif responden dan hasil penelitian berdasarkan hasil analisis data yang telah di uji. Dalam bab ini, akan didapatkan bagian yang menjelaskan diterima atau tidaknya hipotesis penelitian yang telah di ajukan dan pembahasan terhadap hasil pengujian hipotesis.

Bab kelima adalah penutup. Bab ini terdiri dari empat bagian yaitu: kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian dan saran untuk peneliti selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan Analisa dan pembahasan yang dilakukan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang didapatkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel sikap terhadap minat pedagang kaki lima dalam mengadopsi sertifikasi halal diterima, sangat signifikan. Dapat dilihat dari nilai *coefificient beta* 0.370, nilai t-statistik 2.597 dan p-value 0.010, nilai ini $< 0,05$ ($0.010 < 0,05$) berarti sikap memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat pedagang kaki lima dalam mengadopsi sertifikasi halal di Yogyakarta. Artinya, semakin positif sikap Pedagang Kaki Lima (PKL) terhadap sertifikasi halal, semakin tinggi minat mereka untuk mengadopsinya.
2. Variabel norma subjektif terhadap minat pedagang kaki lima dalam mengadopsi sertifikasi halal ditolak, tidak signifikan. Dapat dilihat dari nilai *coefificient beta* 0.094, nilai t-statistik 1.013, dan p-value 1.96, nilai ini $> 0,10$ ($1.95 > 0,10$) berarti norma subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pedagang kaki lima dalam mengadopsi sertifikasi halal di Yogyakarta. Artinya, dorongan atau tekanan sosial seperti keluarga, teman dan lingkungan belum terbukti menjadi penentu

minat Pedagang Kaki Lima (PKL) dalam mengadopsi sertifikasi halal di Yogyakarta.

3. Variabel pengetahuan terhadap minat pedagang kaki lima dalam mengadopsi sertifikasi halal diterima, sangat signifikan. Dapat dilihat dari nilai *coefificient beta* 0.326, nilai t-statistik 2.792 dan p-value 0.005, nilai ini $< 0,05$ ($0.005 < 0,05$) berarti pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pedagang kaki lima dalam mengadopsi sertifikasi halal di Yogyakarta. Artinya, semakin baik pengetahuan Pedagang Kaki Lima (PKL) mengenai alur, syarat dan manfaat sertifikasi halal, semakin besar minat untuk mengadopsinya.
4. Variabel regulasi terhadap minat pedagang kaki lima dalam mengadopsi sertifikasi halal ditolak, tidak signifikan. Dapat dilihat dari nilai *coefificient beta* - 0.057, nilai t-statistik 0.950 dan p-value 0.343, nilai ini $> 0,10$ ($0.343 > 0,10$) berarti regulasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pedagang kaki lima dalam mengadopsi sertifikasi halal di Yogyakarta. Artinya, keberadaan aturan atau regulasi belum otomatis mendorong minat Pedagang Kaki Lima (PKL) untuk sertifikasi halal, terutama bila belum terasa manfaat praktisnya di level pelaku.
5. Variabel kepatuhan terhadap minat pedagang kaki lima dalam mengadopsi sertifikasi halal ditolak. Dapat

dilihat dari nilai *coefficient beta* -0.058, nilai t-statistik 0.605 dan p-value 0.545 nilai ini $> 0,10$ ($0.545 > 0,10$) menunjukkan kepatuhan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pedagang kaki lima dalam mengadopsi sertifikasi halal di Yogyakarta. Artinya, kepatuhan formal belum menjadi pendorong psikologis terbentuknya minat

6. Variabel sikap dimediasi oleh kepatuhan terhadap minat pedagang kaki lima dalam mengadopsi sertifikasi halal ditolak. Dapat dilihat dari nilai $\beta = -0,098$ dengan $t = 2,269$ dan $p\text{-value} = 0,024 < 0,05$ efek tidak langsung menunjukkan sikap tidak berpengaruh signifikan sehingga tidak mampu dimediasi oleh kepatuhan. Artinya, kepatuhan belum terbukti menjadi jalur mediasi antara sikap dan minat, sehingga jalur kepatuhan cenderung melemahkan dorongan sikap terhadap minat, misalnya karena aspek kepatuhan memunculkan persepsi beban atau kerumitan.
7. Variabel norma subjektif dimediasi oleh kepatuhan terhadap minat pedagang kaki lima dalam mengadopsi sertifikasi halal ditolak. Dapat dilihat pada nilai *coefficient beta* -0.027, nilai t-statistik 0.554 dan p-value 0.580, nilai ini $> 0,10$ ($0.580 > 0,10$) efek tidak langsung menunjukkan norma subjektif tidak berpengaruh signifikan sehingga tidak mampu

dimediasi oleh kepatuhan terhadap minat pedagang kaki lima dalam mengadopsi sertifikasi halal di Yogyakarta. Artinya, norma subjektif tidak terbukti mendorong kepatuhan dan pada akhirnya juga tidak membentuk minat sertifikasi melalui jalur kepatuhan.

8. Variabel pengetahuan mampu dimediasi oleh kepatuhan terhadap minat pedagang kaki lima dalam mengadopsi sertifikasi halal diterima, ditolak. Dapat dilihat pada nilai *coefificient beta* -0.003, nilai t-statistik 0.443 dan p-value 0.658, nilai ini $> 0,10$ ($0.658 > 0,10$) efek tidak langsung menunjukkan pengetahuan tidak berpengaruh signifikan sehingga tidak mampu dimediasi oleh kepatuhan terhadap minat pedagang kaki lima dalam mengadopsi sertifikasi halal di Yogyakarta. Memberikan indikasi bahwa pengetahuan belum dapat mempengaruhi minat melalui kepatuhan.
9. Variabel regulasi mampu dimediasi oleh kepatuhan terhadap minat pedagang kaki lima dalam mengadopsi sertifikasi halal ditolak, tidak signifikan. Dapat dilihat pada nilai *coefificient beta* 0.012, nilai t-statistik 0.595 dan p-value 0.552, nilai ini $> 0,10$ ($0.552 > 0,10$) efek tidak langsung menunjukkan regulasi tidak berpengaruh signifikan sehingga mampu dimediasi oleh kepatuhan terhadap minat pedagang kaki lima dalam mengadopsi sertifikasi halal di Yogyakarta. Artinya, regulasi belum efektif membentuk kepatuhan

yang kemudian meningkatkan minat dengan kata lain, aturan saja belum cukup bila tidak diikuti dukungan implementasi yang konkret di lapangan.

B. Implikasi Penelitian

Adapun implikasi dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini memperkuat Theory of Planned Behavior (TPB) dengan menunjukkan bahwa sikap dan pengetahuan merupakan determinan utama dalam membentuk minat pedagang kaki lima untuk mengadopsi sertifikasi halal, sementara norma subjektif dan perceived behavioral control yang direpresentasikan melalui kepatuhan tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam konteks usaha mikro sektor informal, pembentukan minat lebih bersifat rasional dan berbasis evaluasi pribadi dibanding tekanan sosial maupun tekanan regulatif. Selain itu, hasil penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan Institutional Theory dengan menunjukkan bahwa tekanan institusional tidak secara otomatis membentuk intensi apabila belum diinternalisasi melalui kepercayaan terhadap institusi. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya literatur perilaku adopsi kebijakan pada sektor informal dengan

menunjukkan bahwa faktor kognitif lebih dominan dibanding faktor institusional dalam membentuk minat.

2. Secara praktis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan minat pedagang kaki lima untuk mengadopsi sertifikasi halal lebih efektif dilakukan melalui pendekatan edukatif dan peningkatan literasi halal dibanding pendekatan regulatif yang bersifat koersif. Pemerintah dan lembaga penyelenggara sertifikasi halal perlu memfokuskan strategi pada sosialisasi manfaat nyata sertifikasi halal, pendampingan teknis, serta penyederhanaan prosedur agar persepsi beban administratif dapat dikurangi. Regulasi yang kuat tanpa dukungan fasilitatif berpotensi tidak efektif dalam meningkatkan minat. Oleh karena itu, pendekatan berbasis pemberdayaan dan peningkatan pengetahuan dinilai lebih relevan dalam mendorong adopsi sertifikasi halal pada sektor informal.

C. Keterbatasan dan Saran

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. *Pertama*, objek penelitian terbatas pada pedagang kaki lima di wilayah Yogyakarta sehingga generalisasi hasil ke wilayah lain dengan karakteristik sosial-ekonomi berbeda perlu dilakukan dengan hati-hati. *Kedua*, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis kuesioner sehingga belum mampu menggali

secara mendalam faktor psikologis, budaya, dan persepsi subjektif pedagang terhadap institusi penyelenggara sertifikasi halal. *Ketiga*, variabel institutional trust belum diukur secara eksplisit sebagai konstruk tersendiri, sehingga perannya dalam memperkuat atau memperlemah hubungan antar variabel belum teruji secara komprehensif. Selain itu, masih terdapat variabel lain di luar model yang berpotensi memengaruhi minat, sebagaimana

Terdapat beberapa saran yang dapat diajukan. *Pertama*, bagi pemerintah dan lembaga penyelenggara sertifikasi halal, disarankan untuk lebih menekankan pendekatan edukatif dan persuasif dibanding pendekatan regulatif yang bersifat administratif semata. Program sosialisasi yang berkelanjutan, pendampingan teknis, serta penyederhanaan prosedur sertifikasi perlu diperkuat agar pedagang kaki lima tidak memandang kepatuhan sebagai beban, melainkan sebagai peluang peningkatan daya saing usaha. *Kedua*, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan model dengan memasukkan variabel institutional trust secara eksplisit sebagai mediator atau moderator guna menguji peran kepercayaan terhadap institusi dalam membentuk minat dan kepatuhan. Selain itu, penelitian lanjutan dapat menggunakan pendekatan mixed-method atau kualitatif untuk menggali lebih dalam faktor psikologis dan sosial yang memengaruhi keputusan

pelaku usaha sektor informal, serta memperluas cakupan wilayah penelitian agar hasilnya lebih representatif dan dapat digeneralisasi secara lebih luas.



DAFTAR PUSTAKA

- Ab Talib, M. S., Siti, S. S., Abdul Hamid, A. B., & Ai Chin, T. (2016). Emerging Halal food market: an Institutional Theory of Halal certificate implementation. *Management Research Review*, 39(9), 987–997. <https://doi.org/10.1108/MRR-06-2015-0147>
- Abbas, J., & Saÿsan, M. (2019). Dampak praktik manajemen pengetahuan terhadap inovasi hijau dan pembangunan berkelanjutan perusahaan: Analisis struktural. *Jurnal Produksi Bersih*. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.05.024>
- Acfalle, & Keith. (2024). “Kepatuhan Regulasi: Tinjauan Dan Panduan.” *Auditboard*.
- Adiyanto, M. R., & Amaniyah, E. (2023). Analisis Minat UMK Terhadap Sertifikasi Halal di Pulau Madura. *Indonesia Journal of Halal*, 6(2), 45–55. <https://doi.org/10.14710/halal.v6i2.19207>
- adminwarta. (2018). *Pemkot Tata 10.000 PKL*. Portal Berita Pemerintah Yogyakarta.
- Afrizal, S., & Dewi, P. T. (2021). Dampak COVID-19 pada Pedagang Kaki Lima (PKL) di Kota Serang. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 7(2), 279–298. <https://doi.org/10.33369/jsn.7.2.279-298>
- Agus Arwani. (2019). Muslim Terhadap Minat Pada Bank Syariah. *JURNAL PENELITIAN Vol. 12, No. 1, 1*, 1–23.
- Agus, D. (2024). *Pemda DIY Pastikan Relokasi teras Malioboro 2 Dimulai Tahun 2025*. Detikjogja.
- Agustina, P. A., & Sugiarti, H. (2024). Structural Equation Modeling for the Influence of Effectiveness, Lifestyle, and Income Level on the Use of E-Wallet Services by Urban Workers’. *Jurnal Ilmiah Sains*, 24(April), 70–79. <https://doi.org/10.35799/jis.v24i1.54458>
- Agustina, R., Heriberta, & Parmadi. (2023). Analisis

pendapatan usaha pedagang kaki lima di sepanjang jalan Ir. H. Juanda Kelurahan Mayang Mangurai Kota Baru Kota Jambi. *E-Journal Perdagangan Industri Dan Moneter*, 11(3).
<https://online-journal.unja.ac.id/pim/article/download/31574/17458/9262>
 1

- Agustina, R., & Yunani, A. (2020). Pengaruh Pendidikan, Umur, Jenis Kelamin, Lama Usaha, Modal dan Pendapatan Terhadap Mobilitas Usaha Pedagang Kaki Lima di Handil Bakti Kabupaten Barito Kuala. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 3(2), 531–550.
<https://jiep.ulm.ac.id/index.php/jiep/article/download/2551/413>
- Ahmad, F. F., Karia, N., Hayati, W. B., & Mohd, Z. A. T. (2025). Unveiling Barriers: A Qualitative Study on Halal Certification for SMFEs in Penang. *Information Management and Business Review*, 17(3), 254–266.
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. *Action Control*.
- Ajzen, I. (1991a). *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*.
[https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (1991b). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Departement of Psychological and Brain Sciences, Tobin Hall*, 135, 1–11.
<https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Al-Haq, F., Ismial, N., & Al-Ayubi, S. (2024). Pengaruh pengetahuan, sikap dan kepercayaan mahasiswa terhadap produk yang berlabel halal (studi kasus makanan dan minuman). *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 10(1), 68–78.

- Al Mushof, M., & Syamsi, A. B. (2021). Respon UMKM Produk Makanan Terhadap Implementasi Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Di Kabupaten Pamekasan. *Kaffa : Jurnal Fakultas Keislaman*, 2(2), 1–19. <http://journal.citradharma.org/index.php/kaffa/article/view/231>
- Alfajriyani, S., Ashari, N. R., Amalikhah, N. A., & Azhar, J. A. (2024). Intention To Purchase Halal Medicine: The Mediation Effect of Halal Certificates. *AL-FALAH: Journal of Islamic Economics*, 9(1), 85. <https://doi.org/10.29240/alfalah.v9i1.9240>
- Alfarizi, M. (2023). Peran Sertifikasi Halal Dan Kepatuhan Praktik Halal Terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan: Investigasi Pemodelan Empiris Sektor Umkm Kuliner Nusantara. *Harmoni*, 22(1), 93–116. <https://doi.org/10.32488/harmoni.v22i1.654>
- Alias, A., & Serang, S. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Sikap Kerja Dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *PARADOKS: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 1(1), 82–97. <https://doi.org/10.33096/paradoks.v1i1.87>
- Alif, M. I., Kurniady, R., & Abdallah, B. N., & Indrawan, N. F. (2022). *Analisis Data Multivariat dengan Metode Structural Equation Modelling (SEM) Teori dan Praktik Menggunakan Aplikasi Warp-PLS 7.0*. Deepublish (Cetakan pe). Deepublish.
- Aliyusna, W., Rafidah, & GWI Awal Habibah. (2023). Pengaruh Promosi, Sertifikasi Halal, dan Green Product terhadap Keputusan Pembelian Produk Madu Kake' Jambi. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(2), 123–135. <https://ejournal.stpmataram.ac.id/JIH/article/view/2328>
- Alkatiri, R., & Lamusu, A. S. (2022). Analisis Pendapatan Pedagang Kaki Lima (PKL) di Kota Gorontalo. *JPPE: Jurnal Perencanaan & Pengembangan Ekonomi*, 5(2), 104–114. <https://doi.org/10.31314/jppe.v5i2.1839>

- Altekreeti, B., & Daud, S. (2020). Determinants of Halal Food New Product Adoption Intention in Malaysia: A SmartPLS Approach. *International Journal Of Academic Research In Business & Social Sciences*, 1(5), 209–220. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v10-i5/7188>
- Amalia, F., Hastari, S., Puteri, D., & Subagio, W. (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan QRIS Pada Pedagang Kaki Lima Di Kawasan Payung Madinah Kota Pasuruan. *YUME : Journal of Management*, 8(1), 1439–1450.
- Amaliatus, Sholihah, Firman, & Setiawan. (2022). PENDEKATAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR DALAM MELAKUKAN SERTIFIKASI HALAL BAGI PELAKU UMKM SEKTOR HALAL FOOD DI KABUPATEN BANGKALAN. *JURNAL MANEKSI*, 11(2), 465–470.
- Amelia Prameswari Pitaloka. (2022). Literature Review : Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Burnout Syndrome Pada Perawat Yang Menangani Pasien Covid-19. *Professional Health Journal*, 4(1), 51–61. <https://doi.org/10.54832/phj.v4i1.283>
- Anggreini, J. N., Azwar, M. I., Mursida, F., & ... (2024). Peran Penting Regulasi Sertifikasi Halal dalam Kepatuhan UMKM pada Gethuk Frozen Mama Wina di Desa Wonosari. *Dinamika Sosial: Jurnal ...*, 1(3). <https://pkm.lpkd.or.id/index.php/DinSos/article/view/492%0Ahttps://pkm.lpkd.or.id/index.php/DinSos/article/download/492/797>
- Anggriani, R., Utama, D., Warkoyo, W., Wahyudi, V. A., Hafid, I., Maulana, A. A., Fitriana, N., & Nafis, D. (2024). Halal Certification Awareness Perceptions in Indonesian Food SMEs: An Investigation on Understanding, Knowledge, Impact, and Regulations. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 6869, 162–172.

<https://doi.org/10.23917/jiti.v23i1.4461>

- Anwar, A., & Bin Sarip, M. M. (2024). SME support for halal industry and sharia economy in Indonesia: SWOT analysis. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 6(1), 35–49. <https://doi.org/10.20885/ajim.vol6.iss1.art4>
- Anwar, U. A. A., Nurhakim, H. Q., & Rani, A. M. (2024). SMEs Halal Compliance in the Implementation of Service Operations Management. *The Eastasouth Management and Business*, 2(02), 135–148. <https://doi.org/10.58812/esmb.v2i02.187>
- Apriani, D. (2023). Analisis Problematika Pelaku UMKM terhadap Kewajiban Pendaftaran Sertifikat Halal Studi pada UMKM di Kabupaten Jeneponto. *At Tawazun Jurnal Ekonomi Islam*. <https://doi.org/10.30762/attawazun.v9i2.55779>
- Apriliyanto, N. (2023). Competitive Advantage As A Mediation Factor That Influences The Sustainability Of Halal SMEs. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v12i2.1564>
- Arviyanda, R., Fernandito, E., & Landung, P. (2023). Data Sekunder. *Jurnal Harmoni Nusa Bangsa*, 1(1), 67.
- Asgar, Razak, S., & Hidayati Darwis, R. (2023). Adopsi Ekonomi Sirkular: Peran Mediasi Sikap dalam Model TPB (Theory of Planned Behavior). *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 8(1), 1–19. <https://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojp/index.php/iltizam/article/view/2281/1161>
- Assagaf, A. A., Sumardi, J., & Sitorus, W. (2022). The Effect of Cost Determination in the Provision of Halal Certificates on Traded Products in Makassar City. *Khazanah Hukum*, 4(3), 192–201. <https://doi.org/10.15575/kh.v4i3>
- Astiwar, E. M. (2024). Halal Mandatory for Food Umkm: Readiness and Adaptation Strategy. *Journal of Social and Economics Research*, 6(2), 1369–1384. <https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

- Aulia, A. J., & Wiliasih, R. (2024). Factors influencing intention of lodging service entrepreneurs to run sharia lodging service business. *Halal Studies and Society*, 1(2), 14–18.
- Awaluddin, M., Kara, M., Rauf, A., & Amin, M. (2025). Reluctance Of Micro And Small Enterprises Toward Halal Certification : Evidence From The Food And Beverage Sector In Bone Regency , Indonesia. *International Journal of Environmental Sciences*, 11(5), 791–808.
- Azizah, Haniyatul, U., Khoiriyah, Damayanti, Anisa, Salsabila, N. A. O., & Ramadani, A. (2024). Persepsi Pedagang Kaki Lima tentang Sertifikasi Produk Halal. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(2), 487–496.
- Azlina, N., Abdullah, N., Ismail, I., Noor, N. M., & Mohammed, A. (2024). THE APPLICATION OF THE THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR IN DETERMINING HALAL CERTIFICATION ADOPTION AMONG SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES (SMEs) IN MALAYSIA. *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SME's*, 6(20), 120–130.
<https://doi.org/10.35631/AIJBES.620011>
- Baidowi. (2024). *Sertifikasi Halal Dalam UU No . 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal dan UU No . 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja*. 7(1), 141–160.
- Baidowi, Nabila, Ayu, & Nada, F. (2024). Implementasi Sertifikasi Halal dalam UU No . 33 Tahun 2014 dan UU No . 11 Tahun 2020 : Perspektif Hukum dan Nilai-Nilai Studi Islam. *AL-IRFAN: Journal of Arabic Literature and Islamic Studies*, 7(1), 141–160.
- Balzano, M., Marzi, G., & Turzo, T. (2026). SMEs and institutional theory: major inroads and opportunities ahead. *Management Decision Emerald*, 63(13), 1–27.
<https://doi.org/10.1108/MD-05-2023-0734>
- Bambang, Agus, & Windusancono. (2021). Upaya Percepatan

- Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Indonesia. *MIMBAR ADMINISTRASI FISIP UNTAG Semarang*, 18(2), 25–38. <https://doi.org/10.56444/mia.v18i2.577>
- Bangun, C. S. (2023). Penerapan Teori Planned Behavior dan Perceived Value Pada Online Purchase Behavior. *Technomedia Journal (TMJ)*, 8(1), 123–134.
- Basarud-din, S. K., Al, R., & Saad, J. (2022). Malaysian Halal Certification : A Study of Compliance Behavior of Muslim Entrepreneurs. *This Journal Is a Member of and Subscribes to the Principles of the Committee on Publication Ethies (COPE)*, 12(2), 46–65.
- Bayu, A., & Kamim, M. (2023). *Kepentingan Ekonomi Politik Usaha Kecil di Malioboro , Yogyakarta The Political Economy of Small Enterprises in Malioboro , Yogyakarta*. 14(2), 191–216. <https://doi.org/10.22212/jp.v14i2.3981>
- Bayu, H. P., Anggarini, Y., & Ajeng, S. P. (2025). EXTENDED THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR: Jumlah Pengunjung 2024. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 13(2), 118–133.
- Bhattacharjee, A. (2012). *Social Science Research : Principles , Methods , and Practices* (2nd ed.). Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported License.
- Bhoola, S., & Chetty, D. (2022). Experiences and Perceptions of economically marginalised women food vendors: An exploratory study of informal food traders in Durban, South Africa. *Journal of Social Inclusion*, 13(1), 25–41. <https://doi.org/10.36251/josi238>
- Bodlaj, M., & Čater, B. (2019). The Impact of Environmental Turbulence on the Perceived Importance of Innovation and Innovativeness in SMEs. *Journal of Small Business Management*, 57(sup2), 417–435. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12482>
- Calzolari, T., Bimpizas-pinis, M., Genovese, A., & Brint, A.

- (2023). Understanding the relationship between institutional pressures , supply chain integration and the adoption of circular economy practices. *Journal of Cleaner Production*, 432(May), 139686. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.139686>
- Carlos, F. A. A., Sena, V., & Kwong, C. (2022). Institutional pressures as drivers of circular economy in firms: A machine learning approach. *Journal of Cleaner Production*, 355(December 2021), 131738. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.131738>
- Chaniago, N., Ramadhan, R., Amelia, A. E. S., & Agustina, R. (2025). Pentingnya Sertifikasi dan Labelisasi Halal pada Bisnis UMKM. *LPMP Imperium*, 7(2), 311–322. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v7i2.1664>
- Chen, J., et al. (2023). Informal SMEs and market adaptability. *Sustainability*, 15. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su15021045>
- Chen, W., Chen, Y., Wang, Y., & Fang, X. (2024). Bus Drivers ' Behavioral Intention to Comply with Real-Time Control Instructions : An Empirical Study from China. *Sustainability*, 16(3623), 1–23.
- Cream, I. C. E., Di, T. E. A., & Lamongan, K. (2024). *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam E-ISSN: 2686-620X Halaman 172-188*. 7, 172–188.
- David Cardona, A. P., Sos, S., & Ikom, M. (2020). *Strategi komunikasi pembangunan dalam penataan pedagang kaki Lima*. Scopindo Media Pustaka.
- David, R. J., Tolbert, P. S., & Boghossian, J. (2019). *Institutional Theory in Organization Studies*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190224851.013.158>
- Dawam, K., Laela, S. F., & Hendrasto, N. (2023). Determinants of Micro and Small Enterprise ' s Interest to Participate in Self-Declare Halal Certification. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 5(1), 1–22.

- Delpia, Y. V., Murti, B., & Suryani, N. (2016). Theory of Planned Behavior : Analysis of Factors Affecting the Preventive Behaviors of Alcohol Consumption and Smoking among Students from West Kalimantan , in Yogyakarta. *Journal of Health Promotion and Behavior*, 1(2), 62–69.
- Destiarni, R. P., & Qomariyah, N. (2023). Persepsi Pelaku UMKM Terhadap Kepemilikan Sertifikasi Halal untuk Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM Madura. *JIEI: Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(03), 3858–3863.
- Dimaggio, P. J., & Powell, W. W. (2021). the Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *The New Economic Sociology: A Reader*, July 2000, 111–134. <https://doi.org/10.2307/2095101>
- Djibrani, M. M., Indrianti, M. A., Djaini, A., Mahmud, Y., Laiko, R. S., Ahmad, L., Mayang, S., Angio, W., Tamrin, A., Mohamad, A. K., Gorontalo, U. M., Artikel, I., & Mikro, U. (2024). Sosialisasi dan pendampingan sertifikasi halal bagi umkm di kecamatan telaga biru kabupaten gorontalo. *ABDI UNISAP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 79–86.
- Djuwita, D., & Yusuf, A. A. (2018). Tingkat Literasi Keuangan Syariah Di Kalangan UMKM Dan Dampaknya Djuwita, D., & Yusuf, A. A. (2018). Tingkat Literasi Keuangan Syariah Di Kalangan UMKM Dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 105. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 105.
- Dura, J., Bukhori, M., & Octaviola Rosanti, N. (2025). Analisis Penguatan Ekonomi Halal Sebagai Pilar Utama Dalam Peningkatan Kinerja Ukm Sektor Halal. *RISTANSI: Riset Akuntansi*, 6(1), 143–172. <https://doi.org/10.32815/ristansi.v6i1.2689>
- Dwi, Devi, S., Damat, & Elianarni, D. (2025). Pendampingan Sertifikasi Halal UMKM Makanan di Desa Beji

- Kecamatan Junrejo Kota Batu. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat*, 6(3), 220–228. <https://doi.org/10.22219/janayu.v6i3.35880>
- Dwi, A. M., Mutiara, S. R., Nurul, I. N., & Ayu, L. P. C. (2024). Determinant Factors Influencing the Interest in Halal Certification: The Perspective of MSMEs in Indonesia. *Al-Muzara'Ah*, 12(2), 337–353. <https://doi.org/10.29244/jam.12.2.337-353>
- Dwikiwibowo, T. A., & Muhammad, I. (2024). Readiness of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in the food and beverage sector for halal certification implementation: A case study in Magelang, Indonesia. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 10(2), 1091–1114. <https://doi.org/10.20885/jielariba.vol10.iss2.art24>
- Ega Rizky Ardiansyah, & Muthi, I. (2024). Penerapan Metode Praktikum untuk Meningkatkan Kinerja dalam Mata Pelajaran IPAS Materi Perubahan Wujud Zat Kelas Iv. *Jurnal Arjuna : Publikasi Ilmu Pendidikan, Bahasa Dan Matematika*, 2(4), 298–307. <https://doi.org/10.61132/arjuna.v2i4.1132>
- Elistia, E., & Nurma, A. (2023). Theory Planned Behavior Dalam Minat Beli Produk Kosmetik Organik pada Generasi Y di Jakarta. *Journal 24/7: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 1(1), 33–52.
- Erlangga, D., & Patimbangi, A. (2025). Analisis Minat Pelaku Umkm dalam Menggunakan Sertifikat Halal pada Kecamatan Tanete Riattang Barat Kabupaten Bone. *Jurnal IKRAITH-EKONOMIKA*, 8(3), 786–795.
- Ernawati, L., & Kusuma, H. (2022). Analisis Pendapatan Pedagang Kaki Lima Selama Masa Pandemi Covid-19 di Alun-Alun Kota Blitar. *Journal of Economic and Social Empowerment*, 2(1), 20. <https://doi.org/10.22219/joesment.v1i02.17978>
- F. Hair Jr Joseph, M. Hult G. Tomas, M. Ringle, C., Sarstedt, M., P. Danks, N., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares*

Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R.

- F.Hair, J., Risher, J., Sarstedt, M., & M.Ringle, C. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Revoew*, 31(1), 1–25. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Fahmi, N., Fuadi, Z., Bukhori, B., & Indah, S. (2022). Halal Marketplace : The Influence of Attitude , Subjective Norms , and Perceived Behavior Control on Purchase Intention of Muslim Consumers. *Shirkah : Journal of Economics and Business*, 7(1), 100–112.
- Fajri, Nurul, Selviana, & Putri. (2024). *Tela ' ah Metode Tafsir Ibnu Katsir dalam Surat Al-Baqarah Ayat 172*. 5(2).
- Farid Madani. (2024). Penyelenggaraan Logistik Halal Berdasarkan Tafsir Surah Al-Baqarah 168 Dan UU No. 33 Tahun 2014. *Jurnal Tana Mana*, 4(3).
- Faridah, H. D. (2019a). Faridah, H. D. (2019). Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan dan Implementasi. *Journal of Halal Product and Research*. (2), 68. [Adoi.org/10.20473/jhpr.vol.2.2-issue.2.68.2.68-78](https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.2.2-issue.2.68.2.68-78)
- Faridah, H. D. (2019b). Halal certification in Indonesia; history, development, and implementation. *Journal of Halal Product and Research*, 2(2), 68. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.2-issue.2.68-78>
- Fathoni, M. A., Priyatno, P. D., Faizi, Wiryanto, F. S., Rachbini, W., & Suryani. (2025). Unlocking barriers and strategies of halal certification for micro and small enterprises in Indonesia: Analytic network process approach. *Problems and Perspectives in Management*, 23(1), 169–180. [https://doi.org/10.21511/ppm.23\(1\).2025.13](https://doi.org/10.21511/ppm.23(1).2025.13)
- Fatima, Putri, Amir, & Faizal. (2023). Studi Komparatif Theory Planned Behavior antara yang Sudah dan yang Belum Tersertifikasi Halal di Sumenep. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3), 1606–1624. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i3.5571>

- Fatimah, R. A., & Wulansari, R. (2024). Protection of Muslim Consumers ' Right To Information on Imported Food Without Halal Labeling. *Journal Of Private And Commercial Law*, 1(2), 214–237.
- Fauzan, R. (2023). Dinamika usaha pedagang kaki lima. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 11(1), 1–11.
- Fikriawan, S. (2018). Sertifikasi Halal Indonesia: (Analisis Kuasa Simbolik dalam Kontestasi Fatwa Majelis Ulama Indonesia). *El Barka: Journal of Islamic Economics and Business*, 01(01), 27–52.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1991). Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research. MA: Addison-Wesley.
- Fitri, E., Huda, N., & Mulyani, R. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Sikap, dan Persepsi Terhadap Minat UMKM Mengurus Sertifikasi Halal di Kota Padang. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 8, No. 2. <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/jiei/article/view/10343>
- Fitri, R. (2022). Analyzing The Moderating Role Of Government Support In The Intention To Adopt Halal Practice. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, Vol. 19 No, 65–75. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v19i1.2204>
- Fitriasari, F. (2017). Strategi pengembangan pembiayaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*.
- Fuadi, Ramadhan, M., & Batubara, C. (2024). DETERMINANTS OF HALAL MEAT CERTIFICATION BEHAVIOR IN INDONESIA : A TPB ANALYSIS. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 13(2), 806–824. <https://doi.org/10.22373/share.v13i2.24759>
- Gelda, I., Juliana, J., Cahkyaneu, A., & Rusydiana, A. S. (2024). JEBIS : Journal of Islamic Economics and Business HALAL CERTIFICATION STRATEGY IN THE DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM

- INDUSTRIES. *JEBIS: Journal of Islamic Economics and Business*, 10(2), 336–362.
<https://doi.org/10.20473/jebis.v10i2.60491>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Badan Penerbit Universitas Semarang.
- Giyanti, I., & Indriastiningsih, E. (2019). Effect of SME Food Entrepreneurs Knowledge on Halal Certification for Certified Awareness Using Partial Least Square. *Jurnal Teknik Industri*, 20(2), 36.
<https://doi.org/10.22219/jtiumm.vol20.no2.36-47>
- Guibrunet, L., Ortega-Avila, A. G., Valerino-Perea, S., Correa Campos, J. M., & Pozos Espinosa, V. I. (2024). Street vendors as actors of a sustainable food system—The case of Mexico City. *Geo: Geography and Environment*, 11(2), e00152. <https://doi.org/10.1002/geo2.152>
- Gumasing, M. J. J. (2025). Determinants of Behavioral Intention and Compliance Behavior Among Transportation Network Vehicle Service Drivers During the COVID-19 Pandemic. *Licensee MDPI, Basel, Switzerland*, 5(38), 1–25.
- Gunsun, A., & Chirapanda, S. (2024). Factors influencing the adoption of CICOT halal certification in Thai halal entrepreneurs: The institutional theory. *Journal of Family Business and Management Studies*, 16(1), 169–192.
- Hair, J. F., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least A Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (3rd ed.)*. Sage Publications Sage CA.
- Hair Jr, Joseph F, G. T. M. H., M. Ringle, Christian, M. S., & P.Danks, Nicholas, S. R. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R A*

Workbook.

- Hakim, B. A. H., Mujahidah, A. S., & Rusydiana, A. S. (2022). Sentiment analysis on halal certification. *Harmoni* 21(1), 78–93. doi: 10.32488/harmoni.v21i1.609
- Handayati, P., Rochayatun, S., Meldona, Jalaludin, A., & Bidin, R. (2023). DETERMINANT FACTORS TO INTENTION OF HALAL CERTIFICATION IN INDONESIA Article history: Keywords: Owner Knowledge; Halal Certification; Attitude; Intention to Get Halal Certification. Handayati, P., Rochayatun, S., Meldona, Jalaludin, A., Bidi. *International Journal of Professional Business Review*, 8(April), 1–17.
- Hapsari, A. (2025). *Raperda PKL Sleman Fokus Soal Penataan dan Pemberdayaan*. SLEMAN, Kedu.Suaramerdeka.Com.
- Hariani, D. (2024). Peningkatan Produktivitas dan Daya Saing UMKM Halal Food Indonesia inovatif dan unik. Bisnis kuliner UMKM memberikan kontribusi besar dalam penciptaan Industri makanan halal di Indonesia sudah ada sejak akhir tahun 1976 ditandai Kesehatan. Indonesia ada. *Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi MH Thamrin*, 5(2), 374–390.
- Hariani, D., & Ikhwan, I. (2022). Persepsi Pedagang Kaki Lima Terhadap Satpol PP Perempuan di Kota Payakumbuh. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi Dan Pendidikan*, 5(3), 315–323.
- Hariyatno, Bawono, A., Isanawikrama, & Hutomo, E. J. (2020). Informal Entrepreneur: A Study of the Street Vendors in Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 12(8), 613–630. https://www.ijicc.net/images/vol12/iss8/12817_Hariyatno_2020_E_R.pdf
- Hasan, G., & Choiri, M. (2024). The Influence of Government Regulations on the Intention to Register For Halal Certification for Micro and Small-Scale Food Businesses. *International Journal of Innovative Research in*

Multidisciplinary Education, 03(12), 1852–1857.
<https://doi.org/10.58806/ijirme.2024.v3i12n02>

Hasim, N., Mohamad, R. I., & Nisa, H. M. N. (2022). Buying Intentions: Do Knowledge, Religiosity And Halal Certification Matter? *Multidisciplinary Sciences UpMS*, 1–13. <https://doi.org/10.15405/epms.2022.10.28>

Hasnah, Isnaini, Wahyu, & Utami. (2021). Pengaruh Sikap, Pengetahuan, dan Literasi Halal terhadap Minat UMKM dalam Pengurusan Sertifikasi Halal. *Jurnal Al-Mashrafiyah*, Vol. 5, No. 1. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mashrafiyah/article/view/5608%0A%0A>

Herman, Arfianto, E., Sakti, D. C., & Fabianus, P. (2024). *Tingkat Pengetahuan dan Perilaku Pasien terhadap Obat Halal di RST dr . Soedjono Magelang*. August.

Hermanto, S. (n.d.). *Catatan lapangan survei PKL terkait pendampingan sertifikasi halal*.

Hidayat, A., Lesmana, S., & Latifah, Z. (2022). PERAN UMKM (USAHA, MIKRO, KECIL, MENENGAH) DALAM PEMBANGUNAN EKONOMI NASIONAL. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707–6714.

Hikmah, N., Fadillah, A., Intan, S. M., Yunus, M., Islam, U., & Utara, S. (2025). Tantangan Sertifikasi Halal pada UMKM di Indonesia : Studi Kualitatif terhadap Aspek Sosialisasi , Biaya , dan Regulasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2).

Hilal, M. N. S., Ellisya, P. R., Rinayah, R., & Marlina, L. (2025). Efektivitas regulasi sertifikasi halal dalam menjamin kepercayaan konsumen muslim. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 638–644.

Hildawati, H., Suhirman, L., Prisuna, B. F., Husnita, L., Mardikawati, B., Isnaini, S., Wakhyudin, W., Setiawan, H., Hadiyat, Y., & Sroyer, A. M. (2024). *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif & Aplikasi Pengolahan Analisa Data Statistik*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

- Ikawati, R. (2025). Investigating the Dynamic of Halal Food Certification Adoption: Motives and Adoption Patterns in Yogyakarta. *Baskara: Journal of Business and Entrepreneurship*. <https://jurnal.umj.ac.id>
- Ikawati, R., Erwanto, Y., & Purnomo, B. R. (2025). Intention to adopt halal concept in online food delivery meatball restaurants. *Asian Journal of Islamic Management*, 7(2), 183–200.
- Indrawan, B., Nengsih, T. A., Utami, W., & Nasrudin, D. (2022). The Influence of Attitude and Need for Cognition on Student ' s Purchase Intention Behavior on Halal Food : Schools Clustering Perspective. *Indonesia Journal of Halal Research*, 1, 26–34. <https://doi.org/10.15575/ijhar.v4i1.13092>
- Indriana, I., & Nupus, H. (2025). Pengaruh Tekanan Stakeholder Dalam Mengadopsi Sertifikasi Halal Terhadap Keunggulan Bersaing Dengan Inivasi Halal Sebagai Variabel Mediasi. *JIMEA / Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 9(3), 1740–1760.
- Islam, M. M., Syazwan, M., Talib, A., & Muhamad, N. (2023). Challenges of Halal Standards and Halal Certification for Islamic Marketing. *Muslim Business and Economics*, 2(1), 105–124.
- Islami, A. M. B. (2025). Analisis Kepatuhan Pelaku Usaha Terhadap Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia. *Media Hukum Indonesia (MHI) Published by Yayasan Daarul Huda Krueng Mane*, 3(4), 233–241.
- Izzah, H. N., & Irfany, M. I. (2024). Factors influencing the MSMEs ' decision to obtain halal certificate in Bogor district. *Halal Studies and Society*, 1(1), 31–33.
- Izzah, N., Syabrina, M. K., & Syariah, H. E. (2025). Analisis Kepatuhan Pelaku UMKM terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal di Kecamatan Pamulang , Kota Tangerang Selatan. *Journal of Innovative and Creativity*, 5(3), 31202–31207.
- Jamaluddin, J., Hidayatulloh, H., Zaini, A., & Sanawi, S.

- (2022). The problems of implementing Halal certification through the self-declaration program for MSMEs in Indonesia: A Case Study. *International Journal of Advances in Social and Economics*, 4(1), 30–36. <https://doi.org/10.33122/ijase.v4i1.221>
- Janah, N. N., Hikmah, N., & Mustofa, I. (2025). Peran Lembaga Sertifikasi Halal Dalam Memastikan Kepercayaan Konsumen: Studi Multi-Situs Di Indonesia. *QAWANIN Journal of Economic Syariah Law*, 9(7), 132–147.
- Japar, R., Paraikkasi, I., & Muthiadin, C. (2024). Peran Lembaga Sertifikasi Halal Dalam Membangun Ekosistem Halal: Tantangan Dan Peluang. *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues*, 4(2), 34–44. <https://doi.org/10.30653/ijma.202442.111>
- Jefri, M., & Fitri, L. E. (2024). Pengaruh Pemahaman , Kesadaran , Biaya dan Regulasi Terhadap. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 8(1), 80–93.
- Jogiyanto, H. (2007). *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Andi.
- Jonathan, Adityawan, Reyhan, & Erik. (2024). KONSEP TPB & PRICE VALUE DALAM TEKNOLOGI MOBILE-AI: SEBUAH STUDI LITERATUR SISTEMATIS. *Jurnal Komunikasi, Sosial, Dan Ilmu Politik*, 7482, 219–232.
- Ju, W., York, N., States, U., Ju, W., Yavo-ayalon, S., & Mandel, I. (2026). Tracking Urban Mobility and Occupancy under Social Distancing Policy Tracking Urban Mobility and Occupancy under Social. *Digital Government: Research and Practice*, 1(4). <https://doi.org/10.1145/3417991>
- Kaleb, S., & Samuel, J. (2021). PENGARUH ATTENTION , INTEREST , DESIRE , ACTION (AIDA) TERHADAP EFEKTIVITAS IKLAN SPOTIFY. *Journal of Accouting and Business Studies*, 6(2), 22–37.
- Kamim, A. B. M. (2023). Kepentingan Ekonomi Politik Usaha Kecil di Malioboro, Yogyakarta. *Jurnal Politica*:

Dinamika Masalah Politik Dalam Negeri Dan Hubungan Internasional, 14(2), 191–216.
<https://doi.org/10.22212/jp.v14i2.3981>

- Kardanardi, L., & Syahdani, M. (2023). Challenging the Enactment of the Philosophical Axis: The Sustainability of Street Vendor Relocation in Yogyakarta, Indonesia. *The Indonesian Journal of Southeast Asian Studies*, 6(2), 133–149. <https://doi.org/10.22146/ikat.v6i2.86714>
- Karimuddin, A., Jannah, M., Hasda, S., Fadila, Z., Taqwin, Masita, Ardiawan, K. N., & Sari, M. E. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. <http://penerbitzaini.com>
- Kasri, R. A. (2021). Intention to consume halal pharmaceutical products: evidence from Indonesia. *Journal of Islamic Marketing Emerald Publishing Limited*.
<https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2021-0192>
- Kementerian Koperasi dan UMKM RI. (2023). *Laporan Tahunan UMKM dan Sertifikasi Halal*. Kementop UKM.
- Khabibah, D. K., Rokhman, N., & Rianawati, T. (2025). Pengaruh Modal Usaha, Inovasi Produk, dan Strategi Pemasaran Terhadap Persepsi Profitabilitas Pelaku UMKM Kuliner di Wilayah Pekalongan. *EBISNIS (Scientific Journal of Economics and Business)*, 18(1), 409–420.
<https://journal.stekom.ac.id/index.php/Bisnis/article/download/2786/1917/10418>
- Khaerud Dawam. (2023). Faktor Penentu Minat UMKM Indonesia Bersertifikat Halal Terhadap Pembelian Produk Bahan Baku Impor. *JIEI Jurnal Ilmia Ekonomi Islam*.
- Khairawati, Salihah, Murtiyani, Siti, Wijiharta, Yusanto, & Ismail. (2025). *Kendala Sertifikasi Halal Pada UMKM di Indoneisa : Sebuah Kajian Literatur*. 05.
- Khoir, Q., & Maimunah, S. (2025). Edukasi dan Pendampingan Sertifikasi Produk Halal dalam Mendorong UMKM Berdaya Saing Global. *Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 2–7.

- Khomsiyah, N., & Setiawan, F. (2024). Pengaruh kesadaran halal dan perilaku terencana terhadap minat pembelian produk sustainable halal beauty Pendahuluan. *Halal Ecosystem Research Journal*, 1(1), 28–36.
- Kim, S., & Kim, D. (2021). Structural Relationship of Key Factors for Student Satisfaction and Achievement in Asynchronous Online Learning. *MDPI Sustainability*, 13, 6734.
- Kusumawati, P., Tyas, D. W., Fitriana, & Kusumaningrum, H. (2023). OLEH-OLEH MAKANAN KHAS DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA SEBAGAI DAYA TARIK WISATA GASTRONOMI. *Pringgitan, Volume 04*, 40–56.
- Lalitha, N. (2025). A Study on Rural Street Vendors Issues and Challenges in Adoption of Digitalisation. *International Journal for Research Trends in Social Science & Humanities*, 3(3), 1–11. https://ijrtssh.com/wp-content/uploads/ijrtssh.vol_.3.issue3_.141.pdf
- Larasati, A., & Yasin, A. (2024). Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Sertifikasi Halal pada Pelaku UMKM di Jawa Timur. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(4), 3905–3923. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i4.748>
- Li, X., Dai, J., Zhu, X., Li, J., He, J., Huang, Y., Liu, X., & Shen, Q. (2023). Mechanism of attitude, subjective norms, and perceived behavioral control influence the green development behavior of construction enterprises. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 1–13. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-01724-9>
- Lira Adelina Hutagalung, Betaria Sihombing, Hani Claudia Saragi, Gloria Aroyo Purba, Obet Nabi, & Roida Lumbantobing6. (2025). Deskripsi Dinamika Ekonomi Pedagang Kaki Lima. *WISSEN: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 3(2), 64–77. <https://doi.org/10.62383/wissen.v3i2.699>
- Lubis, A., & Setyono, J. (2023). Shirkah : Journal of Economics

- and Business Non-Muslims ' Intention to Consume Halal Food in Indonesia. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 8(2), 172–188.
- M. Topit Hidayat, & Sri Rahma Witta. (2024). Halal Certification and Implications for MSMEs: A Systematic Literature Review. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 03(2), 151–166. <https://doi.org/10.14421/jbmib.v3i1.2373>
- Mahardika, M. C. (2020). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Kendali Perilaku Terhadap Niat Kepatuhan Pegawai Iain Surakarta Dalam Membayar Zakat. *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 1(2), 383–408. <https://doi.org/10.22515/ajdc.v1i2.2765>
- Mahidin, N., Mustafar, M., Elias, E. M., & Abu Bakar, S. Z. (2019). Applying the theory of the planned behavior on halal logistics services adoption among food & beverages small and medium enterprises. *International Journal of Supply Chain Management*, 8(4), 1039–1046.
- Mahmud, R. (2017). Understanding Institutional Theory in Public Policy. *Dynamics of Public Administration*, 34(2), 135–148. <https://doi.org/10.5958/0976-0733.2017.00011.6>
- Mahyarni. (n.d.). *Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku)*, 1–11.
- Maman, L. (2025). Compliance and Effectiveness of Industry Self-Regulation : A Systematic Literature Review. *Faculty of Law*, 101054656(101054656), 1–40.
- Marajabessy, I. S., Mustafa, R. D., & Hatim, F. (2024). Strategi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Dalam Mempertahankan Usahanya Di Lapak Mangga Dua Kota Ternate. *MANIS: Jurnal Manajemen & Bisnis*, 7(2), 103–114. <https://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/manis/article/download/10223/7536/>
- Mardianto, D., Parakkasi, I., & Muthiadin, C. (2025). Peran Sertifikat Halal dalam Meningkatkan Kepercayaan

- Konsumen pada Produk Industri Pangan di Indonesia Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar , Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi Dan Pajak*, 2(2), 346–360.
- Mardiyati, & Wahyudi, H. (2020). Analisis Sikap Konsumen, Kontrol Perilaku Mengenai Label Halal Pada Produk (Studi Kasus: Mahasiswa Pts Di Kotamadya Pontianak). *Jurnal Ekonomi STIEP*, 5(1), 1–9. <https://doi.org/10.54526/jes.v5i1.26>
- Marsudi, H., & Nalurita, W. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo. *SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(4), 158–168. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v2i4.1587>
- Martha, M. A., Basrah Saidani, & Nadya Fadillah Fidhyallah. (2021). Pengaruh Kepuasan dan Manfaat yang dirasakan Terhadap Minat Beli Ulang pada E-Commerce Marketplace X di Indonesia. *Pharmacognosy Magazine*, 75(17), 399–405.
- Martinez, L., & Young, G. (2022). Street vending , vulnerability and exclusion during the COVID-19 pandemic : the case of Cali , Colombia. *International Institute for Environment and Development (IIED)*, 34(2), 372–390. <https://doi.org/10.1177/09562478221113753>
- Masruroh, N., & Mahendra, M. K. E. (2022). The Relationship Of Religiosity, Producer’s Knowledge, and Understanding Of Halal Products to Halal Certification. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 6(2), 189. <https://doi.org/10.30983/es.v6i2.5179>
- Maulana, F. A., & Fahrullah, A. (2023). Jaminan Produk Makanan Halal Pedagang Kaki Lima di Kawasan Religi Sunan Ampel Perspektif Undang-Undang No. 33 Tahun 2014. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 628–643. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.3836>

- Maulina, A., & Sofiana, M. (2021). Analysis of the Theory of Planned Behavior on Intention to Buy Halal Food Products. *Majalah Ilmiah Bijak*, 18(1), 53–58.
- Mawardi. (2019). Rambu-rambu Penyusunan Skala Sikap Model Likert untuk Mengukur Sikap Siswa. *Pendidikan Dan Kebudayaan*, 9(1), 292–304.
- Md Moid, M., Supian, K., Hasim, N., Ahmad Shah, N., Mahayuddin, N., Fauzana Yahya, N., & Shari, S. S. (2024). Factors Influencing Halal Certification Application Among SME Bumiputera Food and Beverage Manufacturers in Malaysia. *Selangor Business Review*, 9(1), 34–50.
<http://sbr.journals.unisel.edu.my/ojs/index.php/sbr>
- Menuk, C. S., & Susilo, T. W. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Studi Kasus PKL Di Surabaya. *Makalah Ekonomi*, XXI(2), 286–294.
- Mlambo, C. (2021). Vendor rights and violence: Challenges faced by female vendors in Zimbabwe. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 10(6), 233–241.
<https://doi.org/10.20525/ijrbs.v10i6.1197>
- Modena, A. (2022). *Inefficient Bank Recapitalization , Bailout , dan Post-Crisis Recoveries*. 2021(November), 1–48.
- Mulyana, E., Sudrajat, E., Bahri, A. S., & Lustianah, M. (2024). The relationship between knowledge , awareness , perceptions of mses on compliance with the halal process with self-declared as a moderating variable. *International Journal of Applied Finance and Business Studies*, 11(2), 155–165.
- Muryani, M. S., & Muanas, A. (2025). Loyalitas Pelanggan Spotify Premium : Peran Perceived Value , Pengalaman Pelanggan , dan Kepuasan Pelanggan sebagai Intervening Abstrak Pendahuluan. *PARADOKS : Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(3), 194–208.

- Nahlah, Siradjuddin, Efendi, A., Budiono, I. N., & Fahrika, A. I. (2023). Sejarah Perkembangan Penjaminan Halal di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 1891. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i2.8923>
- Nainggolan, Valent, Rahmat, Yosef, & Budi, H. (2024). Pengaruh Filsafat Positivisme terhadap Perkembangan Ilmu Pengetahuan Modern: Perspektif Epistemologis dan Implikasi Teologis. *Ritornera - Jurnal Teologi Pentakosta Indonesia*, 3(3), 139–149. <https://doi.org/10.54403/rjtpti.v3i3.72>
- Nasrulloh, I. A., & Santi, M. (2025). Sertifikasi Halal dan Tantangannya bagi UMKM Kuliner. *EKSYPAR: Jurnal Ekonomi Syariah & Bisnis Islam*, 12(27), 166–177.
- Nathania DP, S., Sejati, K. W., A'yunina, H., Dewi, A. S., & Nisa, K. K. (2023). Dampak Relokasi Pedagang Kaki Lima ke Teras Malioboro Yogyakarta. *SOSEBI: Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 83–99. <https://doi.org/10.21274/sosebi.v3i1.7562>
- Nazarudin, Hamzah, Syad, & Imelda, A. (2023). Penerapan Teori Planned of Behavior untuk Memprediksi Niat Berkunjung pada Obyek Wisata Kabupaten Lembata di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 8(1), 104–110.
- Noor, I. (2013). Metode al-Bukhari Menyeleksi Hadis-Hadis Sahifah Hammam Ibn Munabbih. *Al Majaalis*, 1(1), 199–221.
- Noor, J. (2017). *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*. Kencana.
- Nor Qomariyah. (2022). Persepsi Pelaku UMKM terhadap Kepemilikan Sertifikasi Halal untuk Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM Madura. *Urnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 9 No. 3.
- Novitasari, D., Chidir, G., Sutardi, D., Iskandar, J., & Pebrina, E. T. (2021). The Role of Halal Awareness on Purchase

- Intention of Halal Food : Evidence from The. *The Role of Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food: Evidence from Indonesia Working Students*, 4(1), 31–44. <https://doi.org/10.51386/25815946/ijsms-v4i1p104>
- Nu'man, T. M., & Noviati, N. P. (2021). Perilaku sadar lingkungan dalam perspektif Theory of Planned Behavior: Analisis terhadap intensi penggunaan kantong dan sedotan plastik pada mahasiswa. *Jurnal Ecopsy*, 8(2), 165. <https://doi.org/10.20527/ecopsy.2021.10.016>
- Nugroho, M. A., Judijanto, L., Mulawarman, L., & Koten, R. A. G. (2025). *Ekonomi dan Bisnis: Teori, Peluang dan Tantangan di Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nuraliyah, I., Adiba, E. M., & Amir, F. (2023). Keputusan Sertifikasi Halal oleh Umkm di Bangkalan (Apakah Religiusitas dan Biaya Sertifikasi Berpengaruh ?). *Jurnal Tadbir Peradaban*, 3.
- Nurizky, V. A. (2023). Pengaruh Social Influence Perceived Usefulness Terhadap Interest In Using Aplikasi Mobile Wallet Flip Melalui Mediasi Attitude Towards Attitude Towards . Dalam pengujian mediasi dari penelitian tersebut ditemukan hasil Attitude Towards mempunyai pengaruh. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 3(4), 297–316.
- Nurlinawaty, R., & Putri Lestari, S. (2024). Meningkatkan Minat Berwirausaha Pada Perempuan Di Kota Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi Perjuangan*, 6(1), 12–21. <https://doi.org/10.36423/jumper.v6i1.1455>
- Nurul, A., & Nurdin, L. (2025). Strategies to Increase the Intention to Comply with Halal Certification among SMEs in Indonesia : A Theory of Planned Behavior Perspective. *International Conference on Strategic and Global Studies*, 1–19. <https://doi.org/10.2991/978-94-6463-918-6>
- Nuryakin, & Rahmawati, A. (2020). Faktor yang Mempengaruhi Minat UMKM Mengajukan Sertifikasi

- Halal di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 5, No. 1. <https://ejournal.uinsa.ac.id/index.php/jebis/article/view/3265>
- Oemar, H., Achiraeniwati, E., Rejeki, Y. S., Septiani, A., & Amrullah, E. (2020). *Improving the Awareness of Providing Halal Food Among Street Vendors*. 409(SoRes 2019), 17–20. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200225.005>
- Oemar, H., Prasetyaningsih, E., Bakar, S. Z. A., Djamaludin, D., & Septiani, A. (2022). Awareness and intention to register halal certification of micro and small-scale food enterprises. *F1000Research*, 11, 170. <https://doi.org/10.12688/f1000research.75968.3>
- Oemar, H., Prasetyaningsih, E., Bakar, S. Z. A., Djamaludin, D., & Septiani, A. (2023). Awareness and intention to register halal certification of micro and small-scale food enterprises. *F1000Research*, 11, 1–55. <https://doi.org/10.12688/f1000research.75968.3>
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Laksbang Pressindo. Polit.
- Othman, B. (2017). The influence of knowledge , attitude and sensitivity to government policies in halal certification process on organizational performance *Journal of Islamic Marketing* Article information : *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 8 No.(July). <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2015-0067>
- Ouertani, E., Erraach, Y., & Arfa, L. (2025). Beekeepers ' intentions to adopt resilience strategies for climate change : a comparative and integrated approach using the theory of planned behavior and protection motivation theory. *Frontiers in Climate*, 1–19.
- Padjadjaran, U. (2025). Halal Certification Motivation , Compliance and the Impact on Performance of Food Industry in Malaysia and Indonesia : A Systematic Literature Review. *UMRAN - Journal of Islamic and*

Civilizational Studies, Vol. 12 No(2025), 15–34.

- Pahutar, I., Pristiyono, & Simanjuntak, D. (2023). Analisis Tingkat Pengetahuan Konsumen dan Label Halal terhadap Kepuasan Konsumen melalui Keputusan Pembelian. *Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(April), 1108–1118.
- Panzer, jeffrey, E Carlasare, L., Hamielec, M., A Sinsky, C., & Simon, J. (2025). Assessment of Misinterpretation of Regulation by Compliance Professionals : A Multimethod Study. *Misinterpretation of Regulation*, 29(2), 3–11.
- Pariati, Pariati, & Jumriani. (2021). Gambaran Pengetahuan Kesehatan Gigi Dengan Penyuluhan Metode Storytelling Pada Siswa Kelas Iii Dan Iv Sd Inpres Mangasa Gowa. *Media Kesehatan Gigi : Politeknik Kesehatan Makassar*, 19(2), 7–13. <https://doi.org/10.32382/mkg.v19i2.1933>
- Peimani, N., & Kamalipour, H. (2022). Informal Street Vending: A Systematic Review. *Land*, 11(6), 1–21. <https://doi.org/10.3390/land11060829>
- Pereira, L. M., Rodrigues, V. S., Gaud, F., & Freires, M. (2024). Use of Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) to Improve Plastic Waste Management. *Applied Sciences*, 14(628), 1–24.
- Prasetyo, D., Qurniawati, R. S., & Setyawan, A. (2025). Pengaruh pengetahuan rantai pasok halal dan sikap terhadap niat beli makanan halal. *PJEB: Perwira Journal Of Economy & Business*, 5(1), 33–45.
- Pratama, F., & Suhartini, A. (2020). TORASTING (MOTOR ANTI STUNTING) SISTEM WIRUSAHA UNTUK UPAYA PENCEGAHAN STUNTING DAN PEMBUKAAN LAPANGAN PEKERJAAN UNTUK MEWUJUDKAN TUJUAN PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN DI DAERAH KUNINGAN. *Ilmiah Indonesia*, 5(3).
- Pratikto, H., Agustina, Y., & Kiranawati, T. M. (2023). The Influence of Various Factors on MSME Halal Certification

- Behavior: An Analysis With Intention as an Intervening Variable. *International Journal of Professional Business Review*, 8(9), e3444. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i9.3444>
- Priantina, A., Indra, I., Zaerofi, A., & Mughni, A. (2023). *Analysis of The Factors That Influence The Perceptions of Culinary Business Owners Regarding Intention to Register For Halal Certificates Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Pemilik Usaha Kuliner Tentang Niat Mendaftar Sertifikat Halal*. 7(2), 143–176. <https://doi.org/10.21070/perisai.v7i2.1663>
- Priantina, A., & Sopian, M. (2023). SERTIFIKASI HALAL DI INDONESIA Dari Voluntary Menjadi Mandatory. *Tasyi' Journal of Islamic Law*, 2(1), 95–118.
- Privitha, S., Pranitha, S. V., & Prathiba, P. S. (2025). An Assessment of Food Safety Practices among Street Vendors and also Creating Awareness among Vendor. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research (JETIR)*, 12(5), c86–c96. <https://www.jetir.org/papers/JETIR2505211.pdf>
- Purwanto, A., & Sudargini, Y. (2021). Partial Least Squares Structural Squation Modeling (PLS-SEM) Analysis for Social and Management Research : A Literature Review Journal of Industrial Engineering & Management Research. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4), 114–123.
- Purwanto, H. (2024). *Budaya Halal Indonesia*. Penerbit NEM.
- Puspita, A. T. (2023). Attitude , Subjective Norm , and Perceived Behavioral Control on Halal Food Purchasing Behavior : A Case in Indonesia. *Applied Marketing and Sustainabillity*, 1(1), 1–13.
- Putra, M. C. D., & Nugroho, H. S. (2025). Differences in the Financial Behavior of MSME Traders Before and After the Establishment of Teras Malioboro. *International Journal of Environmental, Sustainability, and Social Science*, 6(6),

1463–1477. <https://doi.org/10.38142/ijesss.v6i6.1729>

- Putra, T. P., Setyoningrum, N., Arga, G., & Sagitr, D. (2025). The Influence of the Level of Knowledge of Halal Certification Law on the Interest of MSMEs in Registering Halal Products. *IHSA Institute (Natural Resources Law Institute)*, 14(4), 876–886.
- Putri, N. T., Meuthia, M., Saputra, I. R., Rahmahdian, S. R., Vanany, I., & Zakuan, N. (2025). Internal Initiative vs External Pressure: Evidence from Halal Standard Adoption in Indonesian Food Small and Medium Industries (SMIs). *Indonesian Journal of Halal Research*, 7(1), 30–46. <https://doi.org/10.15575/ijhar.v7i1.38173>
- Putri, S. E. (2019). Analisis Sikap Konsumen: Evaluasi Dan Kepercayaan Atribut (Multiattributes Fishbein Approach). *Managemant Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen ISSN*, 14(2), 159–177. <https://doi.org/10.33369/insight.14.2.159-177>
- Putro, M. Z. A. E., Suhanah, Fakhruddin, M., & Mardamin, A. (2024). Halal Certification for Small Scale Enterprise in Indonesia: Policy Changing Impacts. *International Journal of Islamic Thought*, 25(June), 78–84. <https://doi.org/10.24035/ijit.25.2024.287>
- Rachman, A., & Khokhar, A. J. (2023). Role of Indonesian Council of Ulama in Halal Certification and Product Guarantee. *Journal of Islamic Thought and Civilization*, 13(1), 203–214. <https://doi.org/10.32350/jitc.131.14>
- Rachmaniah, O., Rahmawati, Y., Hendrianie, N., & Altway, A. (2024). Pendampingan Pengajuan Sertifikasi Halal Pelaku UMKM Makanan-Minuman. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat*, 5(1), 34–45. <https://doi.org/10.22219/janayu.v5i1.25267>
- Rachmawan, D., Fathy, R., & Luthfi, M. (2021). Vulnerability and Survival Strategy by Food Street Vendors: Study Cases in Triangle Gold of DKI Jakarta. *JSW (Jurnal Sosiologi Walisongo)*, 5(2), 111–126.

<https://doi.org/10.21580/jsw.2021.5.2.6049>

- Rahadi, D. R. (2023). Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS-SEM) 2023. *CV. Lentera Ilmu Madani, Juli*, 146.
- Rahama, S. N., & Hermawati, R. (2021). Pengalaman Kekerasan pada Pedagang Kaki Lima di Indonesia. *Anthropos: Jurnal Antropologi Sosial Dan Budaya*, 7(1), 79–87. <https://doi.org/10.24114/antro.v7i1.24572>
- Rahayu, H. W., & Fathoni, S. (2023). Kesiapan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Terhadap Penerapan Sertifikasi Halal Di Kota Samarinda. *Ghaly Journal of Islamic Economic Law*, 1(2), 1–11. <http://journal.uinsi.ac.id/index.php/ghaly/article/view/6089>
<http://journal.uinsi.ac.id/index.php/ghaly/article/download/6089/2378>
- Rahman, M. K., Rana, M. S., Ismail, M. N., Muhammad, M. Z., Hoque, M. N., & Jalil, M. A. (2022). Does the perception of halal tourism destination matter for non-Muslim tourists' WOM? The moderating role of religious faith. *International Journal of Tourism Cities*, 8(2), 478–496. <https://doi.org/10.1108/IJTC-12-2019-0207>
- Rahmanita, Fadila, N. D., & Siti, N. N. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat UMKM Dalam Melakukan Sertifikasi Halal (Studi Kasus: Warung Nasi Di Sekitar Universitas Siliwangi). *International Journal Mathla'ul Anwar Of Halal Issues*, 3(2), 91–99.
- Rahmansyah, A. K., Khusniyah, A., & Amrozi, Y. (2021). Analisis Manajemen Pengetahuan Terhadap Performa Organisasi. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen*, 2(2), 59–64. <https://doi.org/10.31284/j.jtm.2021.v2i2.1460>
- Ramadanti, D., & Hartono. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Sikap Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Produk Fast-Food Di Counter Hotfood Lulu Hypermarket Cakung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 126–133. <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JAMBIS>

- Ramadhan, A., & Yusuf, E. A. G. (2021). Decision on Halal Certification of Food and Beverage Products Processed by UMKM Products in Tangerang City - Study of Religiosity, Regulation and Branding. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(7), 786–797.
- Ramli, J. A. (2020). The Influence of Internal Governance on Halal Compliance of Malaysian Food Industry: Preliminary Study. *Global Business & Management Research*, 12(4), 712–720. <http://www.gbmrjournal.com/pdf/v12n4/V12N4-69.pdf>
- Raudhiah, N., Bakar, A., Shahwahid, F. M., Hawa, S., & Eksan, R. (2018). Theory of Planned Behaviour and Halal Compliance. *International Journal of Academic Research In Business And Social Sciences*, Vol. 8 No.(June). <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v8-i5/4220>
- Renald, F., & Fuad, F. (2025). Implementasi Regulasi Penataan Pedagang Kaki Lima : Studi Kasus di Kebayoran Baru. *Binamulia Hukum*, 14(1), 1–17. <https://doi.org/10.37893/jbh.v14i1.1005>
- Ridho, M., Maulana, A. A., Herliyani, R., Palah, N. N., & Marlina, L. (2023). Persepsi UMKM Produk Olahan Ayam Tentang Sertifikasi Halal. *Likuid Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 3(2), 44–55. <https://doi.org/10.15575/likuid.v3i2.25923>
- Rineliana, Tampubolon, D., & Kornita, S. E. (2022). Income of Urban Street Vendors in Pekanbaru City. *Economic and Business Management International Journal*, 4(3), 251–258. <https://doi.org/10.556442/eabmij.v4i03.212>
- Rinjani, H. S., Mulhimmah, B. R., & Hanafi, S. (2024). *Kewajiban Sertifikasi Halal Produk dalam Pandangan Pelaku UMKM di Kota Mataram*. 2(1).
- Ristanti, A., & Lamawitak, W. M. Y. J. P. L. (2025). ANALISIS PENERIMAAN PAJAK MAKAN/MINUM DAN RETRIBUSI SEWA TEMPAT UMKM PASAR SENJA GELORA DALAM MENINGKAKAN

PENDAPATAN ASLI DAERAH KABUPATEN SIKKA
Andriani. *Projemen UNIPA*, 12(3).

- Ritonga, Z. (2020). *Buku ajar manajemen strategi (teori dan aplikasi)*. Deepublish.
- Rizky Siregar, M., & Ridwan, M. (2022). Efektivitas Peran Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Dalam Pelaksanaan Penataan Pedagang Kaki Lima Di Kota Medan. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(5), 653–662. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i5.73>
- Rodriguez-besteiro, S., Valencia-zapata, G., Beltr, E., & Rosa, D. (2022). Food Consumption and COVID-19 Risk Perception of University Students. *MDPI Sustainability*, 14(1625), 1–11.
- Rofiah, K., Eri, M., & Ikhlas, M. (2024). *The Effectiveness of Accelerating Halal Product Certification : Regulations and Companions*. 4(2), 449–476.
- Rosales Chavez, J. B., Bruening, M., Ohri-Vachaspati, P., Lee, R. E., & Jehn, M. (2021). Street Food Stand Availability, Density, and Distribution Across Income Levels in Mexico City. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(8), 3953. <https://doi.org/10.3390/ijerph18083953>
- Rosalia, Salsabila, S., Ariqah, Rania, Y., & Kristaung, R. (2024). Faktor Penggunaan Kosmetik Halal Di Kalangan Muslim Generasi Z. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 118–131.
- Rosmiati, Teguh, D. S. J., & Munawar. (2015). Sikap, motivasi, dan minat berwirausaha mahasiswa. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(1), 21–30. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.1.21>
- Rupianti, R., & Nashohah, D. (2024). IMPLEMENTASI THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan*

Akuntansi), 7(2), 242–256.

- Sa'adah, H., & Mahsun, M. (2024). Peningkatan Kualitas UMKM Melalui Pendampingan Produk Sertifikasi Halal di Desa Wonosari Bondowoso. *Society: Community Engagement* ..., 5(1), 842–850. <https://ejournal.alfarabi.ac.id/index.php/society/article/view/468%0Ahttps://ejournal.alfarabi.ac.id/index.php/society/article/download/468/162>
- Sabila, R. R., Lathief, M. I. N., & Tambunan, K. (2025). THE INFLUENCE OF REGULATION, HALAL AWARENESS, AND BUSINESS PROSPECTS ON HALAL CERTIFICATION DECISIONS FOR UMKM IN MEDAN Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia * Corresponding author: rizkasabilaritonga@gmail.com *Islamicomic: Jur. Islamiconomic: Jurnal Ekonomi Islam*, 16(1), 77–99.
- Said, N. A. (2023). Influence of Institutional Pressure on the Hospital Disaster Preparedness in Malaysia. *Global Business and Management Research: An International Journal*, 15(4), 13–22.
- Saima, S. U., Badaruddin, R., & Firdaus, R. (2024). Challenges and ways forward for the Malaysian SMEs in the Halal food industry: a systematic review. *Potravinarstvo Slovak Journal of Food Sciences*, 18, 223–238.
- Salmah, S., & Shikur, A. A. (2023). The Relationship of Attitude, Perceived Behavioral Control, Subjective Norm on Halal Food Purchasing Behavior on Indonesian Muslim Millennials. *Ekonomi Islam Indonesia*, 5(1), 1–14.
- Salman Al Farisi, Muhammad Iqbal Fasa, & Suharto. (2022). Peran UMKM Dalam Meningkatkan Kesejahteraan. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84.
- Santoso, S., Alfarisah, S., Fatmawati, A. A., & Ubaidillah, R. (2021). Religious: Jurnal Studi Agama-Agama dan Lintas Budaya Correlation Analysis of the Halal Certification Process and Perceptions of the Cost of Halal Certification

- with the Intentions of Food and Beverage SMEs Actors. *Jurnal Studi Agama-Agama Dan Lintas Budaya*, 7249(2), 297–308.
- Saputra, H., Ricky, Nasution, B., & Olivia. (2022). Pengaruh Sikap Individu, Norma Subjektif, Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Bepergian. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(2), 218–227. <https://doi.org/10.12928/fokus.v12i2.6810>
- Sari, M. S., & Zefri, M. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura. *Jurnal Ekonomi*, 21(3), 311.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*.
- Seo, H. (2022). Effects of Application of Information on the Expectations of Benefits from GaaP : Moderating Effects from Perceptions of IIT. *MDPI Sustainability*, 14(1624), 1–25.
- Septian, E. (2022). Transformasi Konflik Kebijakan Relokasi Pedagang Kaki Lima di Kawasan Malioboro, Kota Yogyakarta. *Kolaborasi : Jurnal Administrasi Publik*, 8(3), 327–345. <https://doi.org/10.26618/kjap.v8i3.9190>
- Septiani, D., & Ajib, R. A. (2020). The Effects of Halal Certification and Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food Products in Indonesia. *Indonesian Journal of Halal Research*, 2(2), 55–60. <https://doi.org/10.15575/ijhar.v2i2.6657>
- Setiabudhi, H., Hakim, Suwono, Syafi'ah, & Wahidah, U. (2025). Sosialisasi Sertifikat Halal Bagi Umkm Desa Pesawahan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Dan Daya Saing Usaha. *Abdimas Al Ghazali Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 10–16. <https://doi.org/10.46745/abdimas.v3i2>
- Setyaningsih, R. P. (2022). Isu Halal Internasional dan

- Regional. In *Jurnal Kajian Wilayah* (Vol. 12, Issue 1). <https://doi.org/10.14203/jkw.v12i1.869>
- Shalahuddin, M. A., Fitroh, K., & Margianto, R. (2024). Studi komparasi Regulasi Sertifikasi Produk Halal Antara Indonesia dan Malaysia. *Journal of Fiqh in Contemporary Financial Transactions*, 2(1), 20–35. <https://doi.org/10.61111/jfcft.v2i1.657>
- Shalihin, A., & Alda, T. (2025). Consumer Intentions to Purchase Eco-Friendly Halal Food in Medan , Indonesia : An Approach Using the Theory of Planned Behavior †. *Engineering Proceedings*, 84(83), 1–12.
- Silalahi, S. A. F., Fachrurazi, F., & Fahham, A. M. (2022). Factors affecting intention to adopt halal practices: case study of Indonesian small and medium enterprises. *Journal of Islamic Marketing*, 13(6), 1244–1263. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2020-0152>
- Silviana Nur Hermawati, Syifa Aulya Rahmaningrum, & Muhammad Rexsa Assyarofi. (2024). Attitude Toward Halal Produk : Perannya dalam Memediasi Pengaruh Halal Awareness dan Halal Label terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Halal. *Literasi : Jurnal Kajian Keislaman Multi-Perspektif*, 4(1), 21–38. <https://doi.org/10.22515/literasi.v4i1.9764>
- Simanuruk, P. A. (2020). PENGARUH SIKAP, NORMA SUBYEKTIF DAN KONTROL PERILAKU YANG DIRASAKAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA DENGAN PENDEKATAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 20, 119–140. <https://doi.org/10.54367/jmb.v20i1.693>
- Siregar, D. (2024). Penataan dan Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima di Kota Medan. *JEKKP (Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Kebijakan Publik)*, 6(2), 12–21. <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/JEKKP/article/download/10631/pdf>
- Siregar, J. L., Sobari, N., & Indonesia, U. (2025). The

- Implications of Religiosity and Complementary Determinants on the Repurchase Intention of Halal-Certified Food in Indonesia 2024. *ASEAN Marketing Journal*, 17(1). <https://doi.org/10.7454/amj.v17i1.1265>
- Siswanti, T. (2020). Analisis Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm). *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi Unsurya*, 5(2), 61–76.
- Sitinjak, C. et al. (2022). *Psikologi Sosial Suatu Pengantar r. Media Sains*.
- Sitorus, Sunday Ade, Hasibuan, A., Antikasari, T. Widya, Wa Ode Nur Ainun, Onita Sari Sinaga, Bonaraja Purba, I. K., Luthfi Parinduri Sukarman Purba, Suyuti, N. F., Eko Sudarmanto, D. L., & Ima Rahmawati. (2022). Pengantar Perilaku Organisasi. In *Yayasan Kita Menulis* (Vol. 5, Issue 2).
- Sofwatillah, Risnita, Syahran Jailani, & Arestya Saksitha. (2024). TEHNIK ANALISIS DATA KUANTITATIF DAN KUALITATIF DALAM PENELITIAN ILMIAH. *Jurnal Genta Mulia*, 15(2), 80–91.
- Specified, N. (2023). Institutional Pressure and Intention to Adopt Halal Certification among Small Businesses. *European Scientific Journal*. <https://esj.eastasouth-institute.com>
- Sudarmiatin, S., Khoirul Anam, F., & Wafaretta, V. (2020). The Intention of Halal Certification by Micro Business. *KnE Social Sciences*, 2020, 141–155. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i9.7322>
- Sudarmono, A. (2022). Sertifikat halal dan kontribusinya terhadap ekonomi Indonesia. *Sertifikasi Halal Dan Kontribusinya Terhadap Ekonomi Indonesia*, 4(2), 206–231.
- Sudarsono, H., Ikawati, R., Azizah, S. N., Kurnia, A., & Nuanmark, P. (2023). Does “Halalness” Affect Young Muslims’ Intentions to Use the COVID-19 Vaccine?

Indonesia Journal of Halal Research, 5(1), 31–40.
<https://doi.org/10.15575/ijhar.v5i1.19248>

Sudarsono, H., Ikawati, R., Azizah, S. N., Sujono, R. I., & Fitriani, Y. (2024). Niat Pembelian Produk Kosmetik Halal oleh Generasi Z Muslim di Indonesia. *Innovative Marketing*, 20(4), 13–24.

[https://doi.org/https://doi.org/10.21511/im.20\(4\).2024.02](https://doi.org/https://doi.org/10.21511/im.20(4).2024.02)

Sugianto, D. T. S., & Purnama Ramadani Silalahi. (2025). Halal Compliance Driven by Awareness, Knowledge, Convenience, and Producer Attitude. *Academia Open*, Vol 10 No.

<https://doi.org/DOI:10.21070/acopen.10.2025.11301>

Suharyani, R., Ulum, I., & Jati, A. W. (2019). Pengaruh Tekanan Stakeholder Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kualitas Sustainability Report. *Jurnal Akademi Akuntansi*, 2(1), 71–92.

<https://doi.org/10.47065/jtear.v5i4.1971>

Suharyat, Y. (2009). “Hubungan Antara Sikap, Minat Dan Perilaku Manusia, Dr. Yayat Suharyat, M.Pd.” *Jurnal Region*, 1(3), 1–19.

Supriyadi, E. I., & Asih, D. B. (2021). Regulasi Kebijakan Produk Makanan Halal Di Indonesia. *Jurnal RASI*, 2(1), 18–28. <https://doi.org/10.52496/rasi.v2i1.52>

Susanty, A., Budi, Puspitasari, N., Devi, Mariana, S., Fekete-Farkas, M., Gyenge, B., & Ode, Nazaruddin, L. (2024). Mapping the barrier of halal food industry performance and the policy insight: combination of ISM-DEMATEL approach. *Engineering Management In Production and Services*, 16(4), 69–95. <https://doi.org/10.2478/emj-2024-0034>

Susilawati, C., Joharudin, A., Abduh, M., & Sonjaya, A. (2023). The Influence of Religiosity and Halal Labeling on Purchase Intention of Non-Food Halal Products. *Indonesia Journal of Halal Research*, 5(8), 78–89.

<https://doi.org/10.15575/ijhar.v5i2.22965>

- Suwartini, T., & Kurniawan, W. (2023). Pengaruh Kesadaran Halal, Pengetahuan, dan Sikap terhadap Minat Sertifikasi Halal UMKM di Kabupaten Sleman. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, Vol. 10, No. 1. <https://journal.umy.ac.id/index.php/eksy/article/view/15570>
- Syam, I., Hafid, A., & Hasni. (2025). Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Peningkatan Kepercayaan Konsumen (Studi Kasus Konsumen AHA Food di Kota Watampone). *Jurnal Al-Istishna: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 01(02), 136–148.
- Tegar Pangesti Mahardika. (2024). Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat Beli Dengan Sikap Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Pengguna Kosmetik Wardah Di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 16(no 2), 108–124. <http://www.halalcorner.id/daftar-kosmetik-%0Ahttps://journal.uny.ac.id/index.php/jim/article/view/34766>
- TriKania, D., Sugianto, S., & Silalahi, P. R. (2025). Halal Compliance Driven by Awareness, Knowledge, Convenience, and Producer Attitude. *Academia Open*, 10(1), 1–18. <https://doi.org/10.21070/acopen.10.2025.11301>
- Tristanto, T. A., Hurriyati, R., Dirgantari, P. D., & Muhaimin, A. (2021). AIDA Model as a Marketing Strategy to Influence Consumer Buying Interest in the Digital Age. *BIRCI-Journal*, 1996, 12575–12586.
- Varni, A., Thai, C. L., & Jamaledine, S. (2024). Using an Instagram campaign to influence knowledge , subjective norms , perceived behavioral control , and behavioral intentions for sustainable behaviors. *Frontiers in Psychology*, 15(July), 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1377211>
- Vasiliki, V., Chrysostomos, S., Theodosios, P., & Charalampos,

- B. (2020). Attitude toward entrepreneurship, perceived behavioral control, and entrepreneurial intention: dimensionality, structural relationships, and gender differences. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-020-0112-0>
- Vizano, N. A., Khamaludin, K., & Fahlevi, M. (2021). The Effect of Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food: A Case Study in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 441–453. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0441>
- Wahyuni, I., Syariah, E., Keislaman, F., Trunojoyo Madura, U., Raya Telang, J., Telang Indah, P., Kamal, K., Bangkalan, K., & Timur, J. (2023). Persepsi Umkm Tentang Regulasi Sertifikasi Halal Jalur Self Declare Di Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan (Perception of Micro, Small and Medium Enterprises About the Regulation of Halal Certification of Self-Declare Lines in Kamal District Bangkalan Reg. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 6(1). <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/Mr/index>
- Weya, K., Ode Yanthy, N., & Musfira. (2025). Dinamika Sosial Ekonomi Masyarakat Yahukimo dalam Sektor Informal Perkotaan: Studi Kasus Kota Jayapura. *Jurnal DINAMIS*, 22(2), 86–99. <https://ojs.ustj.ac.id/dinamis/article/download/1579/1105/>
- Widaningrum, A. (2017). Public Trust and Regulatory Compliance. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 21(1), 1–13. <https://doi.org/10.22146/jsp.28679>
- Widayati, T., Nurchayati, & Clario, R. D. J. (2023). A STUDY OF SUSTAINABLE WASTE MANAGEMENT USING THEORY OF PLANNED BEHAVIOUR IN TRADITIONAL AGRICULTURAL MARKETS. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 20(1), 68–78.
- Widigdo, A. M. N., & Triyanto, A. (2024). KNOWLEDGE AND COMPLIANCE: THE INCREASING INTENTION OF MSME's HALAL CERTIFICATION IN INDONESIA. *International Journal of Business and*

- Society*, 25(1), 128–147.
<https://doi.org/10.33736/ijbs.6904.2024>
- Wiganda, S., & Barqiah, S. (2023). HOW SUBJECTIVE NORM , RELIGIOSITY , AND ATTITUDE AFFECT PURCHASE INTENTION FOR EMINA PRODUCTS IN SURABAYA. *Jurnal Ekonomi*, 12(02), 921–928.
- Williams, C. C., & Kayaoglu, A. (2020). nformal sector entrepreneurship and survival dynamics. *Journal of Developmental Entrepreneurship*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1142/S1084946720500126>
- Wisnu, D., Riyanto, U., & Putri, V. P. (2024). Pendampingan Dan Pelatihan Sertifikasi Halal: Pilar Keberlanjutan UMKM Di Sektor Pangan. *MENGABDI: Jurnal Hasil Kegiatan Bersama Masyarakat*, 2(1), 125–135.
<https://doi.org/https://doi.org/10.61132/mengabdi.v2i1.361>
 Pendampingan
- Yahya, S., & Mokhtar, M. (2022). Motivational Factors Underlying the Intention Of Herbal Soap Entrepreneurs To Obtain Halal Certificate In Malaysia. *Journal of Fatwa Management and Research*, 27(1), 1–14.
<https://doi.org/10.33102/jfatwa.vol27no1.429>
- Yakub, A., & Zein, F. (2022). Halal certification in government and nongovernmental organizations: A comparative analysis of Indonesia, Malaysia, and Thailand. *Jurnal Cita Hukum*, 10(1). doi: 10.15408/jch.v10i1.25747
- Yaumidin, U. K., Yuliana, C. I., Soesilowati, E. S., Hidayatina, A., Mulyaningsih, Y., Bakti, I. G. M. Y., Oelviani, R., Adiyoga, W., Purwanto, P., Sihombing, Y., & Malik, F. (2024). The moderating effect of halal certification awareness on farmers' behaviour for halal rice: an extended theory of planned behaviour. *Journal of Islamic Marketing*, 023. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2024-0281>
- Yuliani, I. (2024). IMPLEMENTASI PROGRAM

SERTIFIKASI HALAL GRATIS (SEHATI) DALAM MENDORONG MINAT PELAKU UMKM INDONESIA MENGAJUKAN. *Jurnal of Management and Sharia Business*, 1(2), 1–11.

- Yusuf, M., Rasmon, & Ulvah Rahayu, E. (2024). Produk Mixue Melalui Sikap Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Masyarakat Di Kota Pekanbaru). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4, 7082–7093.
- Zaenal, M., Eko, A., & Polytechnic, J. S. (2024). *Halal Certification for Small Scale Enterprise in Indonesia : Policy Changing Impacts Halal Certification for Small Scale Enterprise in Indonesia : Policy Changing Impacts*. June. <https://doi.org/10.24035/ijit.25.2024.287>
- Zahra, S. N. A. (2024). *Determinan Minat Pelaku Usaha Mikro di Kabupaten Sleman dalam mengajukan Sertifikasi Halal dengan Pendekatan TPB dan Religiusitas*. Universitas Islam Indonesia.
- Zainarti, Panjaiatan, C. N., & Ditia Azzahra Aswin Tanjung, R. A. S. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Perempuan Melalui. *Accounting Profession Journal (APAJI)*, 6(1), 473–485.
- Zulfa, N., Millah, N. N., Nuratin, N., & Novitasari, K. (2023). Konsep Maqashid Syariah Dalam Praktik Strategi Pemasaran Tiktok Dengan Landasan Etika Bisnis Islam. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics*, 1(2), 79–94. <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v1i2.64>
- Zulfa, Nurhajjah, Nila Nur Millah, N. N., & Novitasari., K. (2023). “Konsep Maqashid Syariah Dalam Praktik Strategi Pemasaran Tiktok Dengan Landasan Etika Bisnis Islam.” *Al-Bahjah Journal Of Islamic Economics 1, No. 2*.
- Zulfikri, R. R., Jember, U., & Arodha, D. (2023). KETERKAITAN ANTARA JAMINAN HALAL TERHADAP KUALITAS DAN KEAMANAN PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN. In *1 Thisom Jurnal Ekonomi Syariah* (Vol. 2, Issue 2).

Zumrotun Nisa, K., Driyah, Ridlwan, A., & Ahmad. (2022). Peran Pengetahuan Halal, Religiusitas, Dan Sikap Terhadap Niat Beli Kosmetik Lokal Berlabel Halal. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2020), 2022. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/22956>

