

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
- Ahmad, B. & Anwar, M. K. 2020. Analisis Respon Pelaku Usaha Minuman Kopi (*Cofee Shop*) terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 2(3): 165-174.
- Akib, I. 2020. Labelisasi Halal dalam Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Pena: Sains dan Ilmu Pendidikan*, 12(1): 28-32.
- Aliyudin, Abror, K., Khairuddin, Hilabi, A. 2022. Sertifikasi Halal di MUI Lampung Pasca Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2014 Serta Problematika UMKM. *Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(3): 194-212.
- Appel, K., Buckingham, E., Jodoin, K., & Roth. 2012. *Participatory learning and action toolkit: For application in BSR's global programs*. Kenya: BSR's Global Programs.
- Arif, M. 2017. *Pemodelan Sistem*. Deepublish: Sleman.
- Arifin, R. Waspiyah, Ar-raidah, S. F., & Yuniar, V. S. 2020. Halal Product Guarantee to the Development of Small and Medium Enterprises Business in Indonesia. *Jurnal Hukum Islam*, 1(18): 121-136.
- Astuti, M. 2020. Pengembangan Produk Halal Dalam Memenuhi Gaya Hidup Halal (*Halal Lifestyle*). *Jurnal Kajian Hukum*, 1(1): 14-20.
- Baharuddin, K., Kassim, N. A., Nordin, S. K., & Buyong, S. Z. Understanding the Halal Concept and the Importance of Information on Halal Food Business Needed by Potential Malaysian Entrepreneurs. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2(5): 170-180.
- BPJPH. 2022. *Fasilitasi Sertifikasi Halal dan Keberpihakan pada UMK*. Tim Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Kementerian Agama RI.
- Badan Pusat Statistik. 2021. *Statistik Penyedia Makan Minum, 2019*. Badan Pusat Statistik, Jakarta
- Badan Pusat Statistik. 2022. *Statistik Penyedia Makan Minum 2020*. Badan Pusat Statistik, Jakarta
- Budiasih, I. G. A. N. 2014. Metode *Grounded Theory* Dalam Riset Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 9(1): 19-27.

- Corbin, J. M. & Staruss, A. 1990. Grounded Theory Research: Procedures, Canons, and Evaluative Criteria. *Qualitative Sociology*, 13(1): 3-21.
- Darmawan, D., Alamsyah, T. P., & Rosmilawati, I. 2020. *Participatory Learning And Action* untuk Menumbuhkan *Quality of Life* pada Kelompok Keluarga Harapan Di Kota Serang. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 2(4): 160-169.
- Faizal, Z. P., & Saly, J. N. 2022. Kajian Terhadap Pelaksanaan Self Declare Sertifikasi Halal Pada Produk Pangan Bagi Konsumen Berdasarkan Hukum Positif Di Indonesia. *Jurnal Hukum Adigama*, 5(2): 450-465.
- Fakultas Peternakan Universitas Gadjah Mada. 2022. Juru Sembelih Halal Wajib Miliki 13 Kompetensi. (On-line). <https://fapet.ugm.ac.id/id/juru-sembelih-halal-wajib-miliki-13-kompetensi/> diakses 12 Juni 2023.
- Fitriani, E. 2014. “Pelaksanaan Sertifikasi Halal di Hotel dan Restoran di Wilayah Kota Mataram dan Lombok Barat”. *Science Journal*. Universitas Mataram.
- Fuadi, Falahuddin, Juanda, R., & Ramadhan. 2022. Strategi Pengembangan UMKM *Go Halal* Berbasis Digital. *Jurnal Pengabdian Kreativitas*, 2(1): 8-13.
- Gibbs, A. 1997. Focus Groups. *Social research update*, 19(8): 1-8.
- Hadi, A., Asrori, & Rusman. 2021. *Penelitian Kualitatif Studi Fenomenologi, case study, Grounded Theory, Etnografi, Biografi*. Pena Persada, Banyumas.
- Harian Jogja. Penasaran Berapa Jumlah Kedai Kopi di Jogja?. (On-line). <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2018/03/03/510/899467/penasaran-berapa-jumlah-kedai-kopi-di-jogja> diakses 9 Agustus 2023.
- Herianto, M. & Gunawan, J. 2019. Karakteristik Pada Industri Restoran di Surabaya. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 2(8): 310-314.
- Herlyana, E. 2012. Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Thaqafiyat*, 1(13): 187-204.
- Hidayat, D. W. & Setiawan, A. P. 2015. Perancangan Interior *Cafe* dan Restoran Khas Surabaya di Jalan Embong Malang Surabaya. *Jurnal Intra*, 2(3): 92-101.
- Hosanna, M. A. & Nugroho, S. A. 2018. Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal terhadap Pendaftaran Sertifikat Halal pada Produk Makanan. *Jurnal Hukum Adigama*, 1(1): 1-24.

- ICO. 2023. Domestic Consumption by All Exporting Countries. (*On-line*). www.ico.org. diakses 5 Agustus 2023.
- Istianah & Dewi, G. 2022. Analisis Masalah pada Konsep Halal *Self Declare* Sebelum dan Pasca *enactment* Undang-Undang Cipta Kerja. *Al' Adl: Jurnal Hukum*, 1(14): 84-109.
- Kapurubandara, M. 2009. A Framework to E-Transform SMES in Developing Countries. *EJISDC*: 3(39): 1-24.
- Khairunnisa, H., Lubis, D., Hasanah, Q. 2020. Kenaikan Omzet UMKM Makanan dan Minuman di Kota Bogor Pasca Sertifikasi Halal. *Al-Muzara'ah*, 2(8): 109-127.
- Khasanah, M. 2020. Peranan Media Sosial Sebagai Agen Sosialisasi Halal dalam Membangun Kesadaran Halal: Studi Netnografi. *Al-Tijary Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(5): 139-157.
- Kementerian Agama Provinsi Jawa Tengah. 2022. Limat Tahun BPJPH, Ini Capaian Jaminan Produk Halal di Indonesia. (*On-line*). <https://jateng.kemenag.go.id/berita/lima-tahun-bpjph-ini-capaian-jaminan-produk-halal-di-indonesia/#>. Diakses 23 Juli 2023.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. 2021. Ini Potensi Perguruan Tinggi dalam Penguatan Ekosistem Halal Nasional. (*On-line*). <https://kemenag.go.id/nasional/ini-potensi-perguruan-tinggi-dalam-penguatan-ekosistem-halal-nasional-mu2406>. Diakses pada 12 Juni 2023.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. 2022. Perluas Ekosistem Halal, BPJPH Gandeng BI, Universitas hingga perusahaan asing. (*On-line*). <https://www.kemenag.go.id/nasional/perluas-ekosistem-halal-bpjph-gandeng-bi-universitas-hingga-perusahaan-asing-4892no>. Diakses 6 Agustus 2023.
- Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional. 2018. *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024*. Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional.
- Keputusan Kepala Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Nomor 141 Tahun 2021 Tentang Penetapan Tarif Layanan Badan Layanan Umum Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal*. 2021.
- Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 464 Tahun 2020 Tentang Jenis Produk Yang Wajib Bersertifikat Halal*.
- Kitzinger, J. 1995. Qualitative Research: Introducing Focus Groups. *Bmj*, 311(7000): 299-302.

- MacIntosh, J. A. 1993. Focus Groups in Distance Nursing Education. *Journal of Advanced Nursing*, 18(12), 1981-1985.
- Maryati, T., Syarief, R., & Hasbullah, R. 2016. Analisis Faktor Kendala dalam Pengajuan Sertifikat Halal (Studi Kasus: Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Makanan Beku di Jabodetabek). *Jurnal Ilmu Produksi dan Teknologi Hasil Peternakan*, 3(4): 364-371.
- Mediana, D. & Nurhidayat, A. I. 2018. Rancang Bangun Aplikasi *Helpesk* (A-Desk) Berbasis Web Menggunakan *Framework* Laravel (Studi Kasus di PDAM Surya Sembada Kota Surabaya). *Jurnal Manajemen Informatika*, 8(2): 75-81.
- Muhlishtatin. 2020. Kendala Penerapan Sertifikat Halal Bagi Pelaku Usaha Warung Muslim di Kecamatan Karangasem, Bali Ditinjau dari Huku, Perlindungan Konsumen. *Skripsi*. Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang.
- Mulyono, A. & Hidayat, Y. R. 2022. Implementasi Kebijakan Sertifikasi Halal di Indonesia. *Journal of Social Policy Issues*, 1(1): 1-10.
- Ningrum, R. T. P. 2022. Problematika Kewajiban Sertifikasi Halal bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Kabupaten. *Istithmar: Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 1(6): 43-58.
- Nurhasanah, S., Munandar, J. M., Syamsun, M. 2017. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan Olahan Halal pada Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, (3)8: 250-260.
- Nurikhsan, F., Indriamie, W. S., & Safitri, D. 2019. Fenomena coffe shop di kalangan konsumen remaja. *Widya Komunika*, 9(2): 137-144.
- Nyumba, O. T., Wilson, K., Derrick, J. C. Mukherjee, N. 2017. Methods in Ecology and Evolution, 9:20-32.
- Pamungkas, A. & Pramesti, D. A. 2021. The Effect Of The Atmosphere Store, Brand Identity, And Social Media Marketing on Purchase Decisions With Buying Interest as a Mediasi Variables (Empirical Study at Janji Jiwa Coffee Shop). *Borobudur Management Review*, 1(1): 12-31.
- Pandangan Jogja. 2022. Ada 3000 Kedai Kopi Di seluruh Yogya, Terpadat di Indonesia. (On-line). <https://kumparan.com/pandangan-jogja/ada-3-000-kedai-kopi-di-seluruh-yogya-terpadat-di-indonesia-1ympBAIlgDYG/full> diakses 13 September 2022.

- Peraturan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Nomor 1 Tahun 2021 Tentang Tata Cara Pembayaran Tarif Layanan Badan Layanan Umum Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal*. 2021.
- Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja*. 2022. Pemerintah pusat, Jakarta.
- Pongsiri, K. 2013. Market Feasibility for New Brand Coffee House: The Case Study of Thailand. *International Scholarly and Scientific Research & Innovation*, 8(7): 2414-2417.
- Prabowo, S., Abd Rahman, A., Ab Rahman, S., & Samah, A. A. 2015. Revealing Factors Hindering Halal Certification In East Kalimantan Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 6(2): 268-291.
- Rafiki, A. 2019. Impact, perception and challenges due to halal certification: The case of zulaikha shop. *Management of Shari'ah Compliant Businesses*: 139-153.
- Roanisca O. & Mahardika, R.G. 2018. Pengelolaan dan Pengembangan Usaha Mikro di Desa Balunujuk Menjadi Usaha Mikro Kompetitif Halalan Toyoyiban. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Bangka Belitung*, 5(1): 13-17.
- Saleh, S. 2017. *Analisis Data Kualitatif*. Pustaka Ramadhan, Bandung.
- Santoso, S., Alfarisah, S., Fatmawati, A. A., & Ubaidillah, R. 2021. Correlation Analysis of the Halal Certification Process and Perceptions of the Cost of Halal Certification with the Intentions of Food and Beverage SMEs Actors. *Religious: Jurnal Studi Agama-Agama dan Lintas Budaya*, 2(5): 297-308.
- Satu Data Kementerian Agama Republik Indonesia. 2022. Jumlah Penduduk Menurut Agama. (On-line). <https://satudata.kemenag.go.id/dataset/detail/jumlah-penduduk-menurut-agama>. Diakses 3 Agustus 2023.
- Shilviani, N. 2022. Peluang dan Tantangan Usaha Restoran Bersertifikat Halal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(11): 247-254.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. ALFABETA, Bandung.
- Sulaiman, A. & Ahmadi, D. 2020. Empwerment Communication in an Islamic Boarding School as a Medium of Harmonixation. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 36(4): 323-338.

- Sulaiman, A. I., Masrukin, M., Chusmeru, C., & Pangestuti, S. 2016. Pemberdayaan Koperasi Pondok Pesantren Sebagai Pendidikan Sosial dan Ekonomi Santri. *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(3): 109-121.
- Susanty, A., Puspitasari, N. B., & Caterina, A. D. 2020. Mapping the Barriers for Implementing Halal Logistics in Indonesian Food, Beverage, and Ingredient Companies. *Journal of Islamic Marketing*, 4(12): 649-669.
- Syahputra, C., Mulyo, J. H., & Suryantini, A. 2015. Analisis Komparasi Kepuasan Konsumen Coffee Shop di Yogyakarta. *Jurnal Agribisnis dan Sosial Ekonomi Pertanian (JASEP)*, 1(2): 17-38.
- Toffin Indonesia. 2020. Toffin Indonesia Merilis Riset “2020 Brewing in Indonesia”. (On-line). <https://insight.toffin.id/toffin-stories/toffin-indonesia-merilis-riset-2020-brewing-in-indonesia/> diakses 19 September 2022.
- Tsaniya, R. & Telagawathi, N. L. W. S. 2022. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 1(5): 32-39.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal.
- Urva, G. & Siregar, H. F. 2015. Pemodelan UML E-Marketing Minyak Goreng. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 2(1): 92-101.
- Utami, I. D. 2017. *Pemodelan Sistem*. Media Nusa Creative: Malang.
- Walker, D., & Myrick, F. 2006. Grounded theory: An exploration of process and procedure. *Qualitative health research*, 16(4): 547-559.
- Wannasupchue, W., Mohamad, S. F., Ishak, F. A. C., & Abidin, U. F. U. Z. 2021. Challenges To Obtain Halal Certification Among Restaurants In Northeast Thailand. *Journal of Islamic Marketing*.
- Warto & Samsuri. 2020. Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Journal of Islamic Economics and Banking*, 1(2): 98-112.
- Yani, M. T. & Suryaningsih, S. A. 2019. Muslim Consumer Behaviour In Consuming Halal Product. *Journal of Islamic Economics*, 2(3): 161-173.