

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M., Minarti, A., & T, U. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Toko Sulawesi Soppeng. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 5(1), 49–56. <https://doi.org/10.57093/Metansi.V5i1.156>
- Abdullah, B., & Saebani, B. A. (2014). *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*. CV Pustaka Setia.
- Albab, A. U., & Zuhri, S. (2019). Pengaruh Manfaat, Pengetahuan, Dan Edukasi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah. *Lifalah: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 129. <https://doi.org/10.31332/Lifalah.V4i1.1367>
- Alinca, R., & Hayati, A. (2023). Analisis Pengaruh Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Peningkatan Penjualan UMK Pasca Terbit Sertifikat Halal Melalui Skema Self Declare. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, XIII(2), 86–97.
- Almeida, C. S. De, Miccoli, L. S., Andhini, N. F., Aranha, S., Oliveira, L. C. De, Artigo, C. E., Em, A. A. R., Em, A. A. R., Bachman, L., Chick, K., Curtis, D., Peirce, B. N., Askey, D., Rubin, J., Egnatoff, D. W. J., Uhl Chamot, A., El-Dinary, P. B., Scott, J.; Marshall, G., Prensky, M., ... Santa, U. F. De. (2016). Kamus Bahasa Indonesia. In *Revista Brasileira De Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1). <https://revistas.ufrj.br/index.php/rce/article/download/1659/1508%0Ahttp://hipatiapress.com/hpjournals/index.php/qre/article/view/1348%5Cnhttp://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09500799708666915%5Cnhttps://mckinseyonsociety.com/downloads/reports/educa>
- Amin, H., Aman, M., & Shafrianto, A. (2011). Pengaruh Rutinitas Tadarus Dalam Meningkatkan Minat Baca Al-Qur'an Pada Peserta Didik Di Madrasah Ibtidaiyah Quraniah 8 Palembang. *Ekonometrika Terapan*, 8, 55.
- Anjayani, R. P., & Febriyanti, I. R. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada UMKM YJS Sukabumi). *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(9), 3610–3617. <https://doi.org/10.55927/Mudima.V2i9.1175>
- BPS Kabupaten Kebumen. (2023). *Kabupaten Kebumen Dalam Angka Kebumen Regency In Figures 2023*.
- BPS Provinsi Jawa Tengah. (N.D.). *Garis Kemiskinan, Jumlah Dan Persentase Penduduk Miskin Menurut Kabupaten/Kota Di Provinsi Jawa Tengah, 2020 Dan 2021*. <https://jateng.bps.go.id/>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace. *Jurnal Manajemen Pendidikan*

Dan Ilmu Sosial, 3(1), 211–224.

- Chalim, A. (2021). *Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform E-Commerce Shopee Di Era Pandemi (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Islam Malang)*. 66–73.
- Christianti, C. C., Suswatiningsih, T. E., & Trimerani, R. (2022). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Keripik Pisang Susu Lampung. *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 15(2), 1. <https://doi.org/10.33512/Jat.V15i2.17927>
- Dania, & Ikhsan, N. El. (2022). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan (Studi Kasus Bebek Kaleyo Cabang Sunter Jakarta Utara Pada Masa Pandemicovid-19). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan (Studi Kasus Bebek Kaleyo Cabang Sunter Jakarta Utara Pada Masa Pandemicovid-19)*, 2(1), 1–10.
- Diana, R. (2019). Analisis Aksesibilitas Permodalan Usaha Mikro Kecil Di Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 27(1), 67–80. <https://doi.org/10.14203/Jep.27.1.2019.67-80>
- Duan, R. R., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. (2019). *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Mio Pada PT . Hasjrat Abadi Tobelo*. 9(1), 128–136.
- Dzikrulloh, A., Muhtarom, A., Sulaeman, M. M., & Santoso, M. H. B. (2022). Pengaruh Marketing Mix (4P) Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Kepuasan Konsumen Pada Usaha UMKM. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 833–840. <https://doi.org/10.37676/Ekombis.V10i2.2648>
- E. Perdana K;Muliani. (2016). Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22. In *Lab Kom Manajemen Fe Ubb*.
- Firdausya, F. A., & Indawati, R. (2023). Perbandingan Uji Glejser Dan Uji Park Dalam Mendeteksi Heteroskedastisitas Pada Angka Kematian Ibu Di Provinsi Jawa Timur Tahun 2020. *Jurnal Ners*, 7(1), 793–796. <https://doi.org/10.31004/Jn.V7i1.14069>
- Fitriyani, S., Murni, T., & Warsono, S. (2019). Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(1), 47–58. <https://doi.org/10.33369/Insight.13.1.47-58>
- Handrianto, L. (2019). *Pengaruh Penerapan Marketing Mix Terhadap Peningkatan Penjualan Grosir Sinta Di Kecamatan Tapung Hilir Desa Tabah Tinggi Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*. 1–66.
- Hardiyanti, A., Ridwan, & Ilham, B. U. (2023). Pengaruh Promosi, Produk Dan Harga

- Terhadap Peningkatan Penjualan Paket Wisata Inbound Tour Pada Warung Tiket Makassar. *Manajemen Dan Akuntansi*, 1(177–186), 177–186.
- Hartini, S., & Sari, D. R. (2020). Pengaruh Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Mie Korea. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 31–42. <https://doi.org/10.52005/Bisnisan.V2i1.15>
- Haryono, S., & Nurlaela. (2019). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Peningkatan Volume Program Studi Informatika , Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Dan Ilmu Komputer , Universitas Indraprasta PGRI*. 11(2), 146–155.
- Hasania, Z., Murni, S., Mandagie, Y., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2016). Pengaruh Current Ratio, Ukuran Perusahaan Struktur Modal, Dan Roe Terhadap Nilai Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(03), 133–144.
- Jajuli, S. (2020). *Metode Penelitian Ekonomi Islam: Step By Step Menulis Laporan Penelitian*. [http://Repository.Uinbanten.Ac.Id/7797/2/Metode Penelitian Ekonomi Islam.Pdf](http://Repository.Uinbanten.Ac.Id/7797/2/Metode%20Penelitian%20Ekonomi%20Islam.Pdf)
- Jamal, A., & Ary Busman, S. (2021). Geprek Junior Cabang Pekat Di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4, 27–34.
- Kurdi, S., Fauzi, M., & Kholil, M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah Di Kabupaten Kendal. *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 4(2), 26–40. <https://jurnal.uns.ac.id/bise/article/view/24264/18384>
- Kurniawan, A. D., & Astuti, S. R. T. (2012). *Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kedai Amarta Semarang)*. 1, 1–8.
- Kurniawan, B., Waid, A., Aliefah, A. N., & Al-Faqih, N. I. H. (2024). *Buku Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAINU Kebumen*. Kebumen;IAINU Pres.
- Kurniawan, R., & Krismonita, Y. A. (2020). Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Expresss Sukabumi (Studi Kasus Konsumen Giant Expresss Sukabumi). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, X1(2), 145–154.
- Mahfuz, M., Aziz, A. A., & Wijaya, P. A. (2017). *Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Tingkat Penjualan Produk Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Kopi Di Kabupaten Lombok Utara*. 7(12), 2588–2593.
- Manalu, H., & Riza Indriani. (2016). *Pengaruh Penempatan Karyawan Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan PT SOCFIN Indonesia Medan*. 44–50.

- Marpaung, F. K., S, M. W. A., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Jurnal Manajemen. *Pengaruh Celebrity Endorsement, Brand Image, Dan Testimoni Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo Pada Media Sosial Instagram*, 6(1), 131–143.
- Mas'ari, A., Hamdy, M. I., & Safira, M. D. (2020). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 5(2), 79. <https://doi.org/10.24014/jti.v5i2.8997>
- Mongi, L., Mananeke, L., Repi, A., Produk, K., Produk, K., Promosi, S., Harga, D. A. N., Terhadap, P., Pembelian, K., Simpati, K., Manado, D. I. K., Mananeke, L., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2013). *ISSN 2303-1174 Lidya Mongi, L. Mananeke, A. Repi.*, 1(4), 2336–2346.
- Muiz, A. N., Damayanti, A., Indra, R., & Marlina, L. (2023). Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Pendapatan Usaha Dan Halal Awareness UMKM Di Sektor Halal Food (Studi Pada Pelaku Usaha UMKM Kecamatan Cihideung Kota Tasikmalaya). *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Budaya Islam*, 8(2), 156. <https://doi.org/10.35329/jalif.v8i2.4829>
- Muniarty, P., Marthiana, W., Sudirjo, F., Fauzan, R., Wirakusuma, K. W., Octaviani, D. W., Della, R. H., Kurnia, A. Y., Lawi, A., Kuswandi, S., & Sanusi. (2022). *Perencanaan Dan Pengembangan Produk* (Issue 1). www.unpam.ac.id
- Munib, N. I. (2023). *Pengaruh Content Marketing, Live Streaming, Dan Endorsmentpada Aplikasi Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dalam Perspektif Islam*.
- Nazima, R. (2019). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajemen Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan Manajemen Risiko*. <https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B21A/2015/B.211.15.0131/B.211.15.0131-15-File-Komplit-20190212035323.pdf>
- Nugroho, A. P. (2022). *Metode Pengumpulan Data* (Issue October).
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk Dan Harga Kompetitif. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia. (2021). Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal No 39 Tahun 2021. *Government Of The Republic Of Indonesia*,

086085, 1–110. [Http://Www.Halalmui.Org/Images/Stories/Kebijakan-Halal-Di-Indonesia/PP_Nomor_39_Tahun_2021.Pdf](http://Www.Halalmui.Org/Images/Stories/Kebijakan-Halal-Di-Indonesia/PP_Nomor_39_Tahun_2021.Pdf)

Persada. (N.D.). *Data UMKM Per Kab/Kota*.

Praestuti, C. (2020). Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mama-Mama Penjual Noken Di Oyehe Kabupaten Nabire. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 21–24. <https://Ejournal.Unsrat.Ac.Id/V3/Index.Php/Jab/Article/View/28825/28140>

Pramandhika, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merk Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Smartphone Samsung Wilayah Kota Semarang)*.

Pramintasari, T. R., & Fatmawati, I. (2017). *Pengaruh Keyakinan Religius , Peran Sertifikasi Halal , Paparan Informasi , Dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal*. 8(1), 1–33.

Pratiwi, F. S. (2022). *Peranan Marketing Mix Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Niken Spesial Kremes Dan Bakar Skripsi (Issue 8.5.2017)*. <https://Dataindonesia.Id/Sektor-Riil/Detail/Angka-Konsumsi-Ikan-Ri-Naik-Jadi-5648-Kgkapita-Pada-2022>

Primatami, A., & Hidayati, N. (2019). Perkembangan Usaha Mikro Kecil (Umk) Di Provinsi Jawa Barat Tahun 2006 – 2016. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 21(3), 203. <https://Doi.Org/10.33370/Jpw.V21i3.350>

Priyanto, D. (2009). *SPSS Untuk Analisis Korelasi, Regresi, Dan Multivariate*.

Priyanto, D. (2018). *SPPS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*.

Puspitasari, I., Sumampouw, H., & Punuindoong, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kesesuaian Harga Terhadap Peningkatan Penjualan Beras Premium Pada Perum Bulog Divisi Regional Sulawesi Utara Dan Gorontalo (Studi Kasus Pada Konsumen Wilayah Kota Manado). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(002), 269364.

Rachmasari, M., Setiawan, B. M., & Santoso, S. I. (2019). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan Karet PT. Perkebunan Nusantara IX Semarang. *Agriecobis : Journal Of Agricultural Socioeconomics And Business*, 2(2), 87. <https://Doi.Org/10.22219/Agriecobis.Vol2.No2.87-94>

Rachmawati, R., Teknologi, J., & Semarang, U. N. (2011). *Peranan Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran)*. 2(2), 143–150.

Rafianti, F., Krisna, R., & Radityo, E. (2022). Dinamika Pendampingan Manajemen Halal Bagi Usaha Mikro Dan Kecil Melalui Program Self Declare. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 6(1), 636–643. <https://Doi.Org/10.22437/Jssh.V6i1.19732>

- Rafikhein. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Penjualan Di UD Beski Jaya. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Penjualan Di UD Beski Jaya*, 3(September), 155–165.
- Rahim, S., Halifah, T., Sari, P., & Wahyuni, N. (2023). Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Peningkatan Pendapatan Penjualan Usaha Di Sektor Food And Beverage Kota Makassar. *Jbk*, 12(1), 69–78. <https://E-Jurnal.Nobel.Ac.Id/Index.Php/Jbk>
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Merek Aqua (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Riau). *Jurnal STIE Semarang*, 8(2), 1–12. [http://Eprints.Upnyk.Ac.Id/23916/1/BUKU ABDUL GHOFAR Perspektif Manajemen.Pdf%0Ahttp://Jom.Unri.Ac.Id/Index.Php/JOMFKIP/Article/View/9535](http://Eprints.Upnyk.Ac.Id/23916/1/BUKU%20ABDUL%20GHOFAR%20Perspektif%20Manajemen.Pdf%0Ahttp://Jom.Unri.Ac.Id/Index.Php/JOMFKIP/Article/View/9535)
- Safa'atin, H. N., Anggarwati, D., & Supeno, B. (2022). Marketing Mix : Meningkatkan Volume Penjualan Umkm Di Era Covid-19. *Jurnal MANAJERIAL*, 21(1), 49–58. <https://doi.org/10.17509/Manajerial.V21i1.45537>
- Santoso, A. (2023). Rumus Slovin : Panacea Masalah Ukuran Sampel. *Suksma: Jurnal Psikologi Universitas Sanata Dharma*, 4(2), 24–43. <https://doi.org/10.24071/Suksma.V4i2.6434>
- Segati, A. (2018). Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 159.
- SEHATI. (2024). *Dashboard Sertifikat Halal*. <http://Olap.Halal.Go.Id/Public/Dashboard/440550f8-9283-4aa3-A8dd-F58631780aa5>
- Sembiring, M., & Purba, B. (2019). Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Jasa Pada PT.Prudential Life Assurance Kabanjahe. *Regionomic*, 1(1), 32–40. <http://Www.Portaluniversitasquality.Ac.Id:5388/Ojssystem/Index.Php/REGIONOMIC/Article/View/227>
- Smesco, A. (2023). *Saatnya UMKM Indonesia Memasuki Pasar ASEAN*. Smesco.Go.Id. <https://doi.org/https://Smesco.Go.Id/Berita/Saatnya-Umkm-Masuk-Pasar-Asean>
- Sri Wahyuni, Astuti, D., & Bakhri, B. S. (2021). Pengaruh Label Halal Terhadap Peningkatan Omset Penjualan Produk Makanan Ringan Umkm Di Kota Dumai. *Jurnal Bilal: Bisnis Ekonomi Halal*, 1(2), 43–47. <https://doi.org/10.51510/Bilal.V1i2.205>
- Subagja, Istoto, S., & Iwan Kurniawan. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi

- Terhadap Keputusan Pembelian. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(6), 780–784.
<https://doi.org/10.56799/Jceki.V1i6.809>
- Suciana, D. A., & Syahputra, E. (2023). *Analisis Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Resto Dan Pusat Oleh-Oleh Putra Nirwana Magetan Di Era Pandemi Covid*. 2(2).
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.
- Suparman, D. (2018). *Abstrak Jurnal Ekonomi STIE Pasim Sukabumi*. 07(2), 1–16.
- Suryadi, A. (2020). *Uin Alauddin Makassar 2020*.
- Susanti, E., Sari, N., & Amri, K. (2018). *Ekobis : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)*.
- Tasruddin, R. (2015). Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif. *Strategi Promosi Periklanan Yang Efektif, II*(Vol. 2 No. 1 (2015): Jurnal Al Kitabah), 107–116.
- Togodly, E., Tarore, H. S., & Tumbel, T. M. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Koperasi Serba Usaha Baliem Arabica Di Kabupaten Jayawijaya Elisabet. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(1), 1–8.
- Undang-Undang RI. (2014). *Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tentang Jaminan Produk Halal (UUD No 33 Tahun 2014)* (Issue 1). UU Nomor 33 Tahun 2014
- Wardhana, A. (2024). *Teori Perilaku Konsumen*. March.
http://widhadyah.lecture.ub.ac.id/files/2012/03/PE3_TEORI-PERILAKU-KONSUMEN.pdf
- Widharta, W. P., & Sugiharto, S. (2013). Penyusunan-Strategi-Dan-Sistem-Penjualan. *Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–15.
<https://www.neliti.com/id/publications/134744/penyusunan-strategi-dan-sistem-penjualan-dalam-rangka-meningkatkan-penjualan-tok>
- Widjoyo, S. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–9.
- Widyaningsih, D. A. (2023). *Sertifikasi Halal Perspektif Maqashid Syariah*. 4(1), 61–72.
- Wijaya, W. (2017). Analisa Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 2002, 581–594.

- Yudi Oktavian, B., & Soliha, E. (2022). Fokus Ekonomi Pengaruh Kualitas Produk, Presepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Cafe Dewan Kopi Pati). *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 4(2), 167–183. [Http://Ejournal.Stiepena.Ac.Id/Index.Php/Fe](http://Ejournal.Stiepena.Ac.Id/Index.Php/Fe)
- Yuliana, A. (2013). Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Tingkat Penjualan Ayam Segar PT. Adil Mart Pontianak. *Jurnal Ekonomi Integra*, III, 48–57.
- Yuliana, P. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Di Kelurahan Tegal Sari Mandala III Medan Denai*.
- Yusuf, R. R. (2017). Analisis Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada PT. Bintang Toedjoe Makassar. *Occupational Medicine*, 53(4), 130.