

## DAFTAR PUSTAKA

- Adham, KA., Said, MF., et al (2012). Technological Innovation and Entrepreneurship from The Western and Islamic Perspective. *International Journal of Economics, Management and Accounting* 20, no.2 (2012): 109-148.
- Angus, E., Baudis, M., Woodcock., Philippa (2015). *The Fashion Dictionary*. Carlton Books Ltd, London.
- Bank Indonesia (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah* (versi elektronik).
- Bessant, J and Tidd, J (2017). *Innovation and Entrepreneurship*, 3<sup>rd</sup> edition. Wiley, United Kingdom.
- Departemen Perindustrian (2018), *Analisis perkembangan industri edisi II tahun 2018*, (versi elektronik).
- Furyana, dkk (2013). Inovasi Produk Batik Pesisiran Pada Perusahaan Batik Virdes di Banyuwangi. *Artikel Ilmiah Hasil Penelitian Mahasiswa 2013 UNEJ*.
- Gumusay, AS (2015). Entrepreneurship from an Islamic Perspective. *J Bus Ethics* (2015) 130: 199 – 208.
- Halhalal (2015). *Pentingnya Sertifikasi Halal pada Produk Kain dan Pakaian*. Tersedia di: <http://www.halhalal.com/pentingnya-sertifikasi-halal-pada-produk-kain-dan-pakaian/> di akses tanggal 7 Maret 2019.
- Hamid, Abu Bakar Abdul; Ab Talib, Mohammed Syazwan; Nazliwati Mohamad (2014), Halal logistics: A marketing mix perspective, *Intellectual Discourse*, 22:2 (2014) 191 – 214.
- Hasan, AS (2016), *Hadist Rasulullah tentang Halal, Haram dan Subhat*. Tersedia di <https://alimancenter.com/artikel/hadits-rasulullah-tentang-halal-haram-dan-syubhat/> diakses tanggal 12 Mei 2019.
- Hijriah, Hanifiyah Y (2016). Spritualitas Islam dalam Kewirausahaan. *Jurnal Peradaban Islam TSAQFAH*, Vol.12, No.1, Mei 2016, 187 – 208.
- Jabatan Mufti Kerajaan (2007). *Isu-Isu Produk Halal*. Pencetak & Perdagangan Borneo. Negara Brunei Darussalam.
- Kementrian Agama RI (2014). *Al Quran Terjemaah*. Cetakan Pertama, PT. Madina Raihan Makmur, Bandung.
- Kementrian Perdagangan RI (2015). *Warta Ekspor*. Ditjen PEN/WRT/31/IV/2015 edisi April 2015.

- LPPOM MUI (2014). *Persyaratan Sertifikasi Halal MUI* tersedia di [http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go\\_to\\_section/58/1366/page/1](http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go_to_section/58/1366/page/1) diakses tanggal 7 maret 2019.
- Luthfi, M (2017). Analisis Pengaruh Spriritual Capital terhadap Kinerja Karyawan serta Dampaknya pada Keunggulan Bersaing. *Skripsi*. Program Studi Manajemen, FEB UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Majalah Mix, *Marketing & Communication*, edisi 11/ XIV. Nopember – Desember 2017.
- Maknuna, AA (2015). Konsep Pakaian Menurut AlQuran (Analisis Semantik Kata Libas, Siyab dan Sarabil dalam AL Quran Perspektif Toshihiko Izutsu). *Tesis*. IAIN Tulungagung.
- Miraja, Z., Hafas HR, (2015). Dampak Sumber Daya VRIN terhadap Keunggulan Bersaing dan Kinerja (Studi pada UKM di Medan). *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, Vol. 6, No. 2.
- Mohammed, SB., Rashid, RA., et al (2016). A review of key principles in Halal Manufacturing. *IJABER*, Vol.14, no. 14 (2016): 1239 – 1249.
- Mubarak, MZ (2015). Spiritualiti dan Kesejahteraan Insan: Motivasi Pencapaian Usaha Berjaya di Kelantan, dalam seminar Psikologi dan Kemanusiaan. *Psychology Forum UMM*. Malang
- Murti, Tridjoko Wisnu (2016). Halal Life Style and Global Trade. *The 7<sup>th</sup> International Seminar on Tropical Animal Production*. Yogyakarta.
- Ruhyat, E (2012). Strategi Meraih Konsumen dengan Pendekatan Nilai-Nilai Islami pada Butik dan Salon Muslimah. *Tesis*. Program Magister Psikologi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Shaari, JAN., Shahira N (2009). *Dimension of Halal Purchase Intention: A Prilimnary Study*. Faculty of Economics and Business, Universiti Malaysia.
- Shihab, Quraish (2012). *Jilbab Pakaian Wanita Muslimah : Pandangan Ulama masa lalu dan Cendikawaan Kontemporer*, Tersedia di <https://books.google.co.id/books?id=XJHvCAAQBAJ&lpg=PR1&ots=MbzztFS48&dq=arti%20pakaian&lr&hl=id&pg=PP1#v=onepage&q=arti%20pakaian&f=false> (diakses tanggal 5 Nopember 2018).
- Sugiyarti, G (2015). Membangun Keunggulan Bersaing Produk melalui Orientasi Pembelajaran, Orientasi Pasar dan Inovasi Produk. (Studi Empiris pada Industri Pakaian Jadi Skala Kecil dan Menengah di Kota Semarang). *Serat Acitya, Jurnal Ilmiah*. UNTAG Semarang.
- Sulistiyandari., Handayani SR (2013). *Membangun Bersaing Berkelanjutan Sebuah Kajian Literatur pada Konteks Usaha Kecil dan Menengah*. FEB, UNSOED.

- Thomson, AA., Peteraf, MA., Gamble, JE., Strickland AJ. *Crafting and Executing Strategy*. Twenty-First Edition, Mc Graw Hill Education, New York.
- Thomson Reuters (2017). *State of The Global Islamic Economy Report 2016/2017* (versi elektronik).
- Tafsir Web (2019), *Terjemaah Tafsir Indonesia* tersedia di : <https://tafsirweb.com/1886-surat-al-maidah-ayat-2.html> diakses tanggal 9 Maret 2019.
- Tafsir Web (2019), *Terjemaah Tafsir Indonesia* tersedia di: <https://tafsirweb.com/1041-surat-al-baqarah-ayat-275.html> diakses tanggal 12 Mei 2019.
- Wikipedia (2019), *Paradigma* tersedia di <https://id.wikipedia.org/wiki/Paradigma> diakses tanggal 9 Maret 2019.
- Yufidia (2011), Pengertian Tauhid tersedia di <https://yufidia.com/tauhid/> diakses tanggal 9 Maret 2019.
- Zainalabidin, M., Golnaz, R (2010). Non Muslims's Awareness of Halal Principles and related food product in Malaysia. *International Food Research Journal*, 17: 667 – 674