

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat di simpulkan bahwa:

1. Ingatan ibu rumah tangga sudah tergolong baik maka dapat di katakana bahwa Persepsi ibu rumah tangga sudah tergolong baik, namun masih ada ibu rumah tangga yang berpersepsi kurang baik yang di lihat dari faktor kebiasaan, faktor harga dan faktor keyakinan terhadap produk makanan yang akan di konsumsi.
2. Kepedulian ibu rumah tangga pada pembelian produk makanan untuk kepedulian ibu rumah tangga didominasi responden yang peduli sebanyak 279 responden (94,26 %) kemudian untuk yang tidak peduli sebanyak 17 responden (5,74%).

5.2 Saran

1. Bagi ibu rumah tangga

Agar selalu meningkatkan pengetahuan mengenai label halal yang resmi dan label halal yang tidak resmi yang dapat di lihat pada media massa (tv radio koran, majalah, internet) agar dapat mempertimbangkan kembali pembelian produk makanan yang tidak memiliki ataupun memiliki label halal yang tidak resmi dan di harapkan ibu rumah tangga lebih cerdas dalam memilih produk makanan yang hanya menggunakan label yang tidak resmi.

2. Bagi peneliti lain

Agar dapat melanjutkan penelitian yang lebih mendalam tentang persepsi dan kepedulian ibu rumah tangga dalam pembelian produk makanan yang berlabel halal

3. Bagi institusi terkait

Agar lebih aktif dalam memberikan penyuluhan kepada masyarakat khususnya pada ibu rumah tangga mengenai pentingnya label halal yang ada pada produk makanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmito. 2008, *Analisis Kebijakan Nasional MUI Dan BPOM Dalam Labeling Obat Dan Makanan*, Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia, Jakarta. Dapat Di Akses Di : <https://staff.blog.ui.ac.id/.../kebijakan-nasional-mui-dan-bpom-dalam-labeling-obat-obatan> Dan Makanan. Di Akses Pada Tanggal 15 Juli 2017
- Aziz, A Dan Vui, C. 2012. *The Role Of Halal Awareness And Halal Certification In Influencing Non-Muslim'S Purchasing Intention. International Conference On Business And Economic Research (3rd ICBER 2012) Proceeding, 1819-1830*. Dapat Di Akses Di: http://eprints.uny.ac.id/29163/1/Danangwaskito_11408144028.pdf Di Akses Pada Tanggal 15 Juli 2017
- Aliman Dan Othman. 2007. *Purchasing Local And Foreign Brands: What Product Attributes Matter* *Jurnal Proceedings Of The 13th Asia Pacific Management Conference, Melbourne, Australia*. Dapat Di Akses Di: <https://books.google.com/books?isbn=0415533708> Pdf. Di Akses Pada Tanggal 15 Juli 2017
- Ahsyar. 2002. *Bahaya Makanan Haram Bagi Kesehatan Jasmani Dan Kesucian Rohani*. Jakarta: P.T. Al-Mawardi Prima
- Azwar, S. 2005. *Sikap Manusia Teori Dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Gorontalo. 2010. *Survei Jumlah Penduduk Provinsi Gorontalo*. Dapat Di Akses Di <http://bpsprov.gorontalo.id>. Di Akses Pada Tanggal 15 Juli 2017.
- Departemen Agama. 2003. *Sertifikasi Dan Lebelisasi Produk Halal*. Dapat Di Akses Di: <https://depag.go.id/149-> *Sertifikasi Dan Lebelisasi Produk Halal Pdf* . Di Akses Pada Tanggal 15 Juli 2017
- Efrina. 2006. *Persepsi Ibu Tentang Label Makanan Kemasan Anak Sekolah Dasar*. Dapat Di Akses Di <http://journal.gizi.masyarakatdan sumberdayakeluarga.itb.ac.id/persepsi-label-makanan.32338478.pdf>
- Hendry. 2016. *Kepedulian Konsumen Terhadap Label Dan Informasi Bahan Tambahan Pangan (BTP) Pada Label Kemasan Pangan Di Kota Bogor*. Dapat Di Akses Di: <http://journal.2016.kepedulian-konsumen-terhadap-label-dan->

Informasi-Bahan Tambahan-Pangan (BTP) Pada-Label-Kemasan-Pangan-Di-Kota-Bogorpdf.Di Akses Pada Tanggal 15 Juli 2017

International Food Information Council. 2012. *Food & Health Survey Consumer Attitudes Toward Food Safety, Nutrition & Health*. Dapat Di Akses Di:[Http://Www.Foodinsight.Org/Content/3840/2012%20IFIC%20Food%20and%20Health%20Survey%20Report%20of%20Findings%20%28for%20website%29.Pdf](http://www.foodinsight.org/content/3840/2012%20IFIC%20Food%20and%20Health%20Survey%20Report%20of%20Findings%20%28for%20website%29.pdf). Di Akses Pada Tanggal 10 Juli 2017

Jakim. 2012. *Manual Procedure For Malaysia Halal Certification- Halal.Gov*. Dapat Di Akses Di: [Www.Halal.Gov.My/V4/Images/Pdf/Mpphm2014bi.Pdf](http://www.halal.gov.my/V4/Images/Pdf/Mpphm2014bi.pdf). Di Akses Pada Tanggal 21 Juli 2017

Karmini Dan Briawan. 2004. *Acuan Label Gizi Di Dalam Ketahanan Pangan Dan Gizi Di Era Otonomi Daerah Dan Globalisasi*. Dapat Di Akses Di: [Http:// Karya Nasional Pangan Dan Gizi Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia Jakarta Pdf](http://karyanasionalpangan.org/). Di Akses Pada Tanggal 15 Juli 2017

Keputusan Menteri Agama RI Nomor 518 Tahun 2001, “*Undang-Undang Produk Halal*”, Dapat Di Akses Di: [Www.Kepmen.Com](http://www.kepmen.com/), Diakses Pada Tanggal 10 Juni 2017

Kotler. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Lillicrap DR, Cousins JA. 1994. *Food And Beverage Service, (4th Ed)*, London: Houlter & Stoughton. Jakarta: Erlangga.

Mangkunegara. 2009. *Perilaku Konsumen*. Bandung : PT Refika Aditama

Mulyaningsih. 2004. *legalitas label halal dan tingkat kepedulian konsumen di Jakarta terhadap label halal produk olahan*. Dapat di akses di [http://journal label halal dan tingkat kepedulian konsumen.ITB.pdf](http://journal.itb.ac.id/). Di Akses Pada Tanggal 24 Agustus 2017

Mowen Dan Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa: Lina Salim. Jilid I. Jakarta: Erlangga

Notoatmodjo. 2003. *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta

Notoatmodjo. 2010. *Metodelogi Penelitian Kesehatan: Edisi Revisi*. Jakarta: Rineka Cipta.

Pelu. 2009. *Label Halal Antara Spiritualitas Bisnis Dan Komoditas Agama*. Malang : Madani

- Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 *Tentang Label Dan Iklan Pangan, Lembaran Negara RI Tahun 1999, No. 131. Sekretariat Negara. Jakarta.* Dapat Di Akses Di: [Http//Permenkes No 69 Thn 1999](http://Permenkes No 69 Thn 1999). Di Akses Pada Tanggal 10 Juli 2017
- Rajagopal Dan Satapathy. 2011. *Sertifikasi Halal: Implikasi Bagi Pemasar Di UAE.* Dapat Di Akses Di: *Jurnal Pemasaran Islam.* Di Akses Pada Tanggal 10 Juli 2017
- Sampurno. 2001. *Label Pangan Dan Label Halal. Dalam Perspektif Peran, Tugas Dan Tanggung Jawab BPPOM,* Dapat Di Akses Di: [Http// Badan POM Jakarta](http://Badan POM Jakarta). Di Akses Pada Tanggal 10 Juli 2017
- Santjaka. 2011. *Statistik Untuk Penelitian Kesehatan Multivariat Dan Non Parametrik.* Yogyakarta: Nuha Medika.
- Setiadi. 2003. *Perilaku Konsumen. Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran.* Jakarta: Kencana
- Setiawan. 2011. *Persepsi Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Minuman Berenergi.* Dapat Di Akses Di Journal 425031 Persepsi-Label-Halal-Terhadap-Keputusan-Pembelian-Konsumen-Pada-Produk-Minuman-Berenergi.Pdf. Di Akses Pada Tanggal 10 Juli 2017
- Sunarto. 2003. *Perilaku Konsumen.* Yogyakarta: Amus Yogyakarta Dan CV Ngeksigondo Utama
- Simamora. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen,* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Suryana, 2006. *Kewirausahaan Pedoman Praktis Kiat Dan Proses Menuju Sukses, Edisi Ketiga,* Jakarta: Penerbit Salemba
- Sumarwan. 2003. *Perilaku Konsumen. Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran,* Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Syaifullah. 2002. *Respon Masyarakat Terhadap Label Halal.* Dapat Di Akses Di [Http://Www.Hasil-Polling.Perindohalal.Com](http://Www.Hasil-Polling.Perindohalal.Com). Di Akses Pada Tanggal 29 Agustus 2017
- Tjiptono. 2001. *Manajemen Jasa. Edisi Kedua.* Yogyakarta : Andi Offset

- Utami. 2013. *Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Membeli (Survey Pada Pembeli Produk Kosmetik Wardah Di Outlet Wardah Griya Muslim An-Nisa Yogyakarta)*, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Dapat Di Akses Di [Http// Jurnal Pengaruh Label Halal](http://Jurnal Pengaruh Label Halal) Di Akses Pada Tanggal 10 Juli 2017
- Wahyuni. 2015. *Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal*. Dapat Di Akses Di: [Http//Journal Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal \(Studi Kasus Pada PT. Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal\).112411046.pdf](http://Journal Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikat Halal (Studi Kasus Pada PT. Rocket Chicken Indonesia Cabang Boja Kendal).112411046.pdf). di akses pada tanggal 10 juli 2017.
- Yunuz Dan Rasyid. 2014. *Muslim'S Purchase Intention Towards Non-Muslim'S Halal Packaged Food Manufacturer*. Dapat Di Akses Di: [Http// Procedia - Social And Behavioral Sciences](http://Procedia - Social And Behavioral Sciences). Di Akses Pada Tanggal 15 Juli 2017