

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh labelisasi halal terhadap keputusan pembelian dengan metode analisis yang digunakan yaitu regresi sederhana, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa labelisasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian mie instan.

5.2 Saran

1. Untuk peneliti selanjutnya yang tertarik terhadap pengaruh keputusan pembelian yang sudah dibuat dalam penelitian ini agar menambahkan variabel variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, karena dari uji determinasi penelitian ini diketahui 11,8% masih ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Kepada konsumen Muslim khususnya mahasiswa Jurusan Agribisnis Universitas Negeri Gorontalo seharusnya dapat lebih taat kepada Allah SWT termasuk dalam hal mengonsumsi suatu produk barang atau jasa. Konsumen muslim harus dapat menjadikan produk halal itu sebagai kebutuhan, agar setiap melakukan pembelian produk mie instan ataupun produk makanan lainnya dapat selalu memperhatikan label halal resmi dari MUI pada kemasannya dan juga memperhatikan tanggal kadaluarsanya.
3. Untuk para produsen mi instan ataupun produsen makanan dan minuman lainnya agar tetap mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen serta tetap mampu memberikan keamanan, keselamatan dan kesehatan bagi setiap konsumen yang mengonsumsi produk makanan dan minuman tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Akib, I. (2020). *Labelisasi Halal Dalam Perlindungan Konsumen*. 12(1), 5.
- Alim, S. A., Mawardi, M. K., & Bafadhal, A. S. (N.D.). *Pengaruh Persepsi Label Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Muslim (Survei Pada Pelanggan Produk Zoya Muslim Di Kota Malang)*. 8.
- Antonika, A., Rangga, A., & Nurainy, F. (2015). Analisis Perilaku Mahasiswa Dalam Proses Keputusan Pembelian Produk Pangan Halal: Studi Kasus Mahasiswa Universitas Lampung. *Jurnal Teknologi Industri & Hasil Pertanian*, 20(2).
- Bulan, T. P. L. (2016). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Di Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 5,(1).
- Busrah, B. (2019). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Fkip Unasman. *J-Alif Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Sosial Budaya Islam*, 4(2).
- Habibah, A. (2020). *Analisis Labelisasi Halal, Harga Dan Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie*. 26.
- Harahap, D., Nando, F., & Nasution, M. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mi Instan Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4(2), 185–204.
- Izzuddin, A. (2018). *Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner*. 3(2), 15.
- Kaffah, N. (2020). *Pengaruh Perilaku Dan Pengetahuan Konsumen Muslim Dalam Membeli Makanan Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Muslim Di Taman Jajan Bintaro)*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Manajaemen Pemasaran. Diterjemahkan Oleh Bob Sabran M.M* (13th Ed.). Erlangga.
- Nugraha, R., Marwadi, M. K., & Bafadhal, A. S. (2017). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Muslim Konsumen

Mie Samyang Berlogo Halal Korean Muslim Federation Di Kota Malang). *Administrasibisnis.Studentjournal.Ub.Ac.Id*, 50(5).

Prasetyo, F. H., & Anwar, M. K. (2021). *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Pada Masyarakat Muslim Kabupaten Tulungagung*. 4, 12.

Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam – Tpb Dengan Perceived Risk. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(2), 274–284. <https://doi.org/10.21831/Nominal.V8i2.26557>

Sari, D. E. (2018). Perlindungan Hukum Atas Label Halal Produk Pangan Menurut Undang-Undang. *Jurnal Ilmiah Hukum Kenotariatan*, 7(1).

Sopiah, & Sangadji. (2013). *Perilaku Konsumen*. Andi Offset,Cv.

Sugiyono. (2015). *STATISTIK UNTUK PENELITIAN* (26th Ed.). Alfabeta, Cv.

Susanti, E., Sari, N., & Amri, K. (2018). *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)*. 2(1), 7.

Susanti, E., Sari, N., & Amri, K. (2018). *Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam)*. 2(1), 7.

Visi & Misi Jurusan Agribisnis (<http://agribisnis.faperta.ung.ac.id/home/berita/visi-misi-jurusan-agribisnis>) diakses tanggal 19 April 2022.