

p-ISSN: 2962-4738 e-ISSN: 2962-4584

Vol. 2 No. 8 Agustus 2023

---

**HUBUNGAN PENGETAHUAN MAKANAN HALAL DENGAN KESADARAN  
MEMILIH MIE INSTAN IMPOR OLEH MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI  
JAKARTA****Sarah Salsabila, Alsuhendra, Annis Kandriasari**

Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta

Email: sarsabill7@gmail.com

---

**Abstrak**

Mie instan merupakan salah satu makanan yang sangat disukai oleh semua kalangan manusia. Saat ini, mie instan yang beredar di Indonesia tidak hanya dari lokal, melainkan banyak juga dari mancanegara yang kehalalannya dapat dipertanyakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara pengetahuan makanan halal dengan kesadaran memilih mie instan impor. Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah survei dengan pendekatan cross sectional. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Negeri Jakarta yang berada pada tahun ajaran ke-4 hingga tahun ajaran ke-8 dan beragam Islam dengan jumlah sampel 100 responden yang diambil dengan propotionate stratified random sampling. Berdasarkan kriteria maka dihasilkan sampel dengan jumlah 100 mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persentase dari 100 mahasiswa yang memiliki pengetahuan tinggi tentang makanan halal sebanyak 68%, sebanyak 69% mahasiswa memiliki tingkat kesadaran yang cukup. Sedangkan hasil uji korelasi menunjukkan terdapat hubungan yang positif antara pengetahuan makanan halal dengan kesadaran memilih mie instan impor ( $r_{hitung} = 0,986 > r_{tabel} 0,197$ ) dengan koefisien determinasi sebesar 97,2%. Berdasarkan hasil penelitian diharapkan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta mempertahankan dan meningkatkan pengetahuan makanan halal dan kesadaran memilih mie instan impor.

---

**Kata Kunci:** Penelitian Survei, Pengetahuan Makanan Halal, Mie Instan Impor, Kesadaran.

---

**Abstract**

*Instant noodles are a highly popular food among various groups of people. Currently, instant noodles available in Indonesia are not only locally produced but also imported from other countries, and their halal status may be questionable. This research aims to identify the relationship between halal food knowledge and awareness in choosing imported instant noodles among students of Universitas Negeri Jakarta. The study adopts a survey method with a cross-sectional approach. The research sample consists of 100 active students of Universitas Negeri Jakarta, ranging from the 4th to 8th academic year, and practicing Islam. Sampling was conducted using the proportional stratified random sampling method. The research findings indicate that 68% of the 100 students possess a high level of halal food knowledge, and 69% of the students have a sufficient level of awareness when selecting imported instant noodles. Correlation analysis reveals a significant positive relationship between halal food knowledge and awareness in choosing imported instant noodles ( $r\text{-value} = 0.986 > r\text{-table } 0.197$ ) with a coefficient of determination of 97.2%. Based on the results of this study, it is hoped that students of Universitas Negeri Jakarta will maintain and enhance their knowledge of halal food and awareness in choosing imported instant noodles.*

---

**Keywords:** Survey Research, Halal Food Knowledge, Imported Instant Noodles, Awareness.

---

## PENDAHULUAN

Halal merupakan satu hal yang sangat penting bagi seorang muslim. Dilihat dari perspektif Islam, halal memiliki arti diperbolehkan atau diizinkan. Halal dalam bahasa Arab berarti dibolehkan (legal) sesuai dengan tata cara Islam (Rahayuningsih & Ghozali, 2021). Dalam Al – Qur'an Surat Al – Nahl ayat 144, Allah menegaskan yang artinya “Maka makanlah yang halal lagi baik dari rizki yang telah diberikan Allah kepadamu, dan syukurilah nikmat Allah jika kamu hanya kepadanya saja menyembah.” Halal atau tidaknya suatu makanan merupakan suatu keamanan pangan yang sangat mendasar bagi umat Muslim (QS. Al Nahl : 144).

Makanan merupakan satu sumber energi bagi makhluk hidup, tidak terkecuali manusia. Dapat dikatakan bahwa makanan merupakan salah satu kebutuhan yang paling utama bagi keberlangsungan hidup. Makanan juga berperan penting dalam ketaatan beragama (Tri M.S, 2020), salah satunya ialah agama Islam yang mewajibkan umatnya untuk mengkonsumsi makanan halal. Makanan halal ialah makanan yang tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam dan pengolahannya tidak bertentangan dengan tata cara Islam. Menurut Murhanjati S (2020) bahan serta proses produksi, personalia dan peralatan produksi, sistem manajemen halal dan hal lain yang berhubungan langsung maupun tidak langsung dengan kegiatan produksi pangan merupakan hal sangat penting dalam pemeriksaan makanan halal.

Indonesia sebagai salah satu negara yang besar dengan jumlah penduduk sebanyak 272,23 juta jiwa menganut beragam kepercayaan yang berbeda. 86,88% atau sekitar 237,56 juta jiwa menganut agama Islam pada November 2022 berdasarkan data laporan dari The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC) (Rizaty Ayu, 2022). Hal tersebut membuat Indonesia menduduki peringkat pertama dengan jumlah populasi muslim terbesar di dunia. Sebagai negara muslim terbesar di dunia dengan populasi penduduk muslim terbesar, Indonesia berpotensi sebagai produsen sekaligus konsumen serta pasar yang sangat potensial bagi para produsen pangan halal di dunia (Nur Saudah, 2000).

Berdasarkan keputusan Menteri Agama Republik Indonesia nomor 519 tahun 2001 tanggal 30 November 2001 pasal 1, Majelis Ulama Indonesia ditunjuk sebagai lembaga pelaksana pemeriksaan pangan yang menyatakan kehalalan suatu produk yang dikemas untuk diperdagangkan di Indonesia (Tri Murhanjati, 2020). Seiring berjalannya waktu, masyarakat Indonesia mulai lebih sadar akan produk halal. Oleh karena itu, Kementerian Agama membentuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan melahirkan Undang – Undang Jaminan Produk Halal (UUJPH) nomor 33 tahun 2014 yang bertujuan untuk memberikan jaminan produk halal dengan cara memastikan seluruh produk, termasuk hasil produksi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) wajib bersertifikat halal mulai 17 Oktober 2019 serta wajib semua produk untuk bersertifikat halal mulai 17 Oktober 2024 (kemenag.go.id, 2023). Sertifikasi dan label pada produk makanan menjadi alat ukur dan kontrol agar tidak merugikan dan membahayakan konsumen (Rosidi dkk., 2015).

Seiring dengan perkembangan era globalisasi dan digital saat ini menyebabkan arus informasi yang diperoleh masyarakat semakin meningkat dan tidak ada batasan lagi di pangsa pasar Indonesia. Produk ekspor impor semakin banyak bahkan sampai ke pangan itu sendiri. Hal ini berdampak terhadap keselektifan minat beli masyarakat terhadap berbagai produk impor (Sarasi dkk., 2023). Salah satu kelompok industri produk impor makanan terdapat produk makaroni, mie, dan produk sejenisnya sebanyak US\$ 14.698.914 dibanding kelompok industri lainnya seperti roti dan kue hanya sebanyak US\$ 4.568.217 pada tahun 2021 (bps.go.id, 2021). Dari kelompok tersebut, mie instan merupakan salah satu produk impor terbanyak di Indonesia.

Definisi mie instan berdasarkan Standar Nasional Indonesia (SNI) Nomor 3551-1994 ialah sebagai produk makanan kering yang dibuat dari tepung terigu dengan atau tanpa penambahan bahan makanan lain dan bahan makanan tambahan yang diizinkan, berbentuk khas mie dan siap

dihidangkan setelah diamsak atau diseduh dengan air mendidih paling lama 4 menit (Lala dkk., 2013). Mie instan dinilai sebagai bahan pangan alternatif yang populer diseluruh kalangan masyarakat dikarenakan mudah didapatkan (Helmi dkk., 2023).

Data yang dihimpun dari World Instant Noodles Assosiasion dalam kutipan Firmansyah dan Hidayatullah (2020), Indonesia merupakan peringkat kedua konsumsi mie instan terbanyak di dunia pada tahun 2020 (Hajar dkk., 2022). Mie instan impor terbanyak yang masuk ke Indonesia berasal dari Korea dengan volume 2.157 ton, diikuti oleh China 240 ton, kemudian Thailand 14 ton (Sarasi dkk., 2023). Selain ketiga negara tersebut, terdapat mie instan impor yang berasal dari Singapore, Jepang, Taiwan, dan Malaysia yang juga ada di pasar Indonesia.

Pada tahun 2017 masyarakat dan pemerintah ramai membicarakan berita tentang banyaknya mie instan impor yang mengandung babi dan belum memiliki sertifikasi halal (Krisdiansyah, 2020). Sedangkan pada tahun 2023 peneliti melakukan research ke sejumlah supermarket dan minimarket yang ada di Jakarta yang statusnya sebagai ibu kota negara. Produk mie instan impor yang ada di sejumlah super market dan mini market di Jakarta dapat dikatakan bisa mengimbangi banyaknya mie instan lokal. Banyaknya mie instan impor dari berbagai negara tersebut menuntut masyarakat perlu berhati – hati dalam memilih mie instan impor sebelum akan membelinya. Dikarenakan mie instan impor yang ada di Indonesia, banyak dari mie tersebut belum memiliki label dan bersertifikat halal. Tidak terlepas dari itu, halal juga mempengaruhi persepsi konsumsi (Murhanjati S, 2020).

Salah satu potensi konsumen muslim yang cenderung mementingkan makanan yang praktis, terjangkau, cepat dalam penyajian tanpa memperdulikan kehalalan suatu produk makanan ialah mahasiswa. Penting bagi para mahasiswa khususnya yang beragama muslim untuk memilih produk makanan halal sehingga pemilihan produk akan dipengaruhi juga oleh persepsi tentang produk makanan halal (Firmansyah, 2020). Selain kehalalannya, mengonsumsi mie instan secara berlebihan juga tidak disarankan karena akan menimbulkan efek yang tidak baik bagi tubuh (Lestari dkk., 2016).

Malayu (2012) menjelaskan bahwa kesadaran adalah sikap seseorang yang secara sukarela menaati semua peraturan dan sadar akan tugas dan tanggung jawabnya. Mahasiswa yang beragama Islam tentunya harus sadar akan produk – produk yang akan dikonsumsi, salah satu makanan yang paling sering dikonsumsi oleh mahasiswa adalah mie instan. Berbagai jenis mie instan yang berada di pasaran tidak hanya berasal dari lokal, melainkan impor dari berbagai negara. Teknologi yang semakin canggih juga memudahkan mahasiswa untuk mengakses sebuah tren dan informasi dari berbagai negara, maka dari itu mahasiswa semakin mudah mengikuti suatu tren yang ada, salah satunya adalah Korean Wave yang sering kali menayangkan berbagai macam makanan khas Korea (Marchella, 2021). Ramyun atau mie instan Korea merupakan makanan yang paling sering ditampilkan, ada juga mie Laksa yang berasal dari negara Singapore dan negara – negara lainnya seperti negara China, Thailand, Taiwan, Jepang. Maka dari itu mahasiswa banyak yang terpengaruh untuk mengonsumsi mie instan impor yang belum terjamin kehalalannya.

Hasil penelitian pendahuluan pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta, menunjukkan bahwa terdapat 96,2% mahasiswa suka mengonsumsi mie instan impor. Berdasarkan kuesioner singkat yang telah disebarkan kepada mahasiswa UNJ, terdapat sebanyak 73,1% mahasiswa pernah mengonsumsi mie instan dari impor (Mie Korea, China, Jepang, Thailand, Taiwan dan Singapore). Sebesar 67,5% mahasiswa sadar akan kehalalan produk mie instan impor.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Indah Lestari & Supriyanto (2022) yang berjudul Keputusan Pembelian Mi Samyang Pada Generasi Z: Ditinjau dari Labelisasi Halal, Halal Awareness, Harga dan Promosi, menunjukkan hasil bahwa halal awareness atau kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mi Samyang pada Generasi

Z di Kabupaten Kudus yang artinya semakin tinggi tingkat pemahaman seseorang tentang produk halal, semakin tinggi keinginan mereka untuk membeli produk Mi Samyang.

Hal ini juga diperkuat oleh penelitian dari Munir dkk. (2019) yang berjudul “Pengaruh pengetahuan halal, kesadaran halal (halal awareness dan label halal terhadap keputusan pembelian produk Jamu Madura”, menunjukkan hasil bahwa pengetahuan halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Jamu Madura, sedangkan untuk kesadaran halal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Jamu Madura. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat halal awareness seseorang dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan dalam pembelian. Pada penelitian Juan Daniel (2021) yang berjudul “Pengaruh Promosi, citra merek dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian kopi Janji Jiwa, menunjukkan hasil bahwa sebanyak 6,7% kesadaran merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi janji. Hal ini mengindikasikan bahwa kesadaran mahasiswa Universitas Negeri Jakarta masih kurang terhadap pembelian suatu produk, oleh karena itu perlu dilakukan penelitian atau pengkajian terhadap tingkat kesadaran mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti akan melakukan penelitian mengenai **“HUBUNGAN PENGETAHUAN MAKANAN HALAL DENGAN KESADARAN MEMILIH MIE INSTAN IMPOR OLEH MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA”**. Berdasarkan hasil penelitian diharapkan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta dapat meningkatkan pengetahuan dan kesadaran dalam memilih makanan halal khususnya pada produk mie instan impor.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan cross sectional. Metode penelitian survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel, dan untuk menguji beberapa hipotesis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) (Sugiyono, 2015). Sementara itu, pendekatan cross sectional menurut Nursalam (2017) dalam (Yunitasari, dkk, 2020) merupakan penelitian yang dalam pengukuran data variabel independen dan dependen hanya satu kali pada satu waktu.

Dalam penelitian ini juga terdapat variabel penelitian. Menurut Sugiyono (2016), variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, atau objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel penelitian, yaitu variabel bebas (X): pengetahuan makanan halal dan variabel terikat (Y): kesadaran memilih mie instan impor oleh mahasiswa Universitas Negeri Jakarta.

Alat ukur yang digunakan pada penelitian ini berupa kuesioner atau angket dengan menggunakan data primer yang di dapat secara langsung untuk pengambilan datanya. Data yang diperoleh berupa jawaban dari mahasiswa terhadap butir soal yang akan diajukan dalam dua kategori, yaitu pengetahuan dan keputusan pembelian. Kuesioner disebar kepada responden secara langsung untuk diisi oleh responden.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Hasil Penelitian**

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut.

#### **1. Karakteristik Responden**

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang beragama Islam dengan jumlah 100 orang mahasiswa. Rincian data disajikan dengan tabel sebagai berikut :

### 1. Jenis Kelamin

**Tabel 1.** Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Presentase(%)
1.	Laki – Laki	37	37
2.	Perempuan	63	63
<b>JUMLAH</b>		100	100

Pada **tabel 1.** , di atas menunjukkan bahwa jumlah responden laki – laki yaitu 37 orang dengan presentase 37% dari jumlah sampe yang ada, sedangkan jumlah responden perempuan yaitu 63 orang dengan presentase 63% dari jumlah sampel yang ada, sehingga total keseluruhan responden berjumlah 100 orang.

### 1. Usia

**Tabel 2.** Distribusi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Presentase(%)
1.	< 19 tahun	9	9
2.	19 – 21 tahun	54	54
3.	21 – 23 tahun	31	31
4.	> 23 tahun	6	6
<b>JUMLAH</b>		100	100

Berdasarkan tabel 2., responden dengan usia kurang dari 19 tahun berjumlah 9 orang dengan presentase 9%. Responden dengan usia antara 19 – 21 tahun berjumlah 54 dengan presentase 54%. Responden dengan usia antara 21 – 23 tahun berjumlah 31 dengan presentase 31%. Sedangkan reponden dengan usia lebih dari 23 tahun berjumlah 6 dengan presesntase 6%.

### 2. Fakultas

**Tabel 3.** Distribusi Responden Berdasarkan Fakultas

No	Fakultas	Jumlah (Orang)	Presentase(%)
1.	Fakultas Pendidikan	17	17
2.	Fakultas Bahasa dan Seni	11	11
3.	Fakultas MIPA	13	13
4.	Fakultas Ilmu Sosial	15	15
5.	Fakultas Teknik	19	19
6.	Fakultas Ilmu Olahraga	8	8
7.	Fakultas Ekonomi	13	13
8.	Fakultas Psikologi	4	4
<b>JUMLAH</b>		100	100

Berdasarkan **tabel 3.**, responden yang berada di fakultas pendidikan sebanyak 17 orang dengan persentase 17%. Responden yang berada di fakultas bahasa dan seni sebanyak 11 orang dengan

presentase 11%. Responden yang berada di fakultas MIPA sebanyak 13 orang dengan presentase 13%. Responden yang berada di fakultas ilmu sosial sebanyak 15 orang dengan presentase 15%. Responden yang berada di fakultas ilmu olahraga sebanyak 8 orang dengan presentase 8%. Sedangkan, responden di fakultas ekonomi sebanyak 13 orang dengan presentase 13%. Responden yang berada di fakultas psikologi sebanyak 4 orang dengan presentase 4%.

### 3. Angkatan

**Tabel 4.** Distribusi Responden Berdasarkan Angkatan

No	Angkatan	Jumlah (Orang)	Presentase(%)
1.	2016	0	0
2.	2017	0	0
3.	2018	0	0
4.	2019	19	19
5.	2020	44	44
6.	2021	37	37
7.	2022	0	0
<b>JUMLAH</b>		100	100

Melalui **tabel 4.**, diketahui responden yang berada pada angkatan 2016 sebanyak 0 orang dengan jumlah presentase 0%. Responden yang berada pada angkatan 2017 sebanyak 0 orang dengan jumlah presentase 0%. Responden yang berada pada angkatan 2018 sebanyak 0 orang dengan jumlah presentase 0%. Responden yang berada pada angkatan 2019 sebanyak 19 orang dengan presentase 19%. Responden yang berada pada angkatan 2020 sebanyak 44 orang dengan presentase 44%. Sedangkan, responden yang berada pada angkatan 2021 sebanyak 37 orang dengan jumlah presentase 37% dan responden yang berada pada angkatan 2022 sebanyak 0 orang dengan jumlah presentase 0%.

### 4. Uang Saku per Bulan

**Tabel 1.** Distribusi Responden Berdasarkan Uang Saku per Bulan

No.	Uang Saku per Bulan (Rp.)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	500.000 – 1.000.000	49	49
2.	1.000.000 – 1.500.000	23	23
3.	> 1.500.000	28	28
<b>JUMLAH</b>		100	100

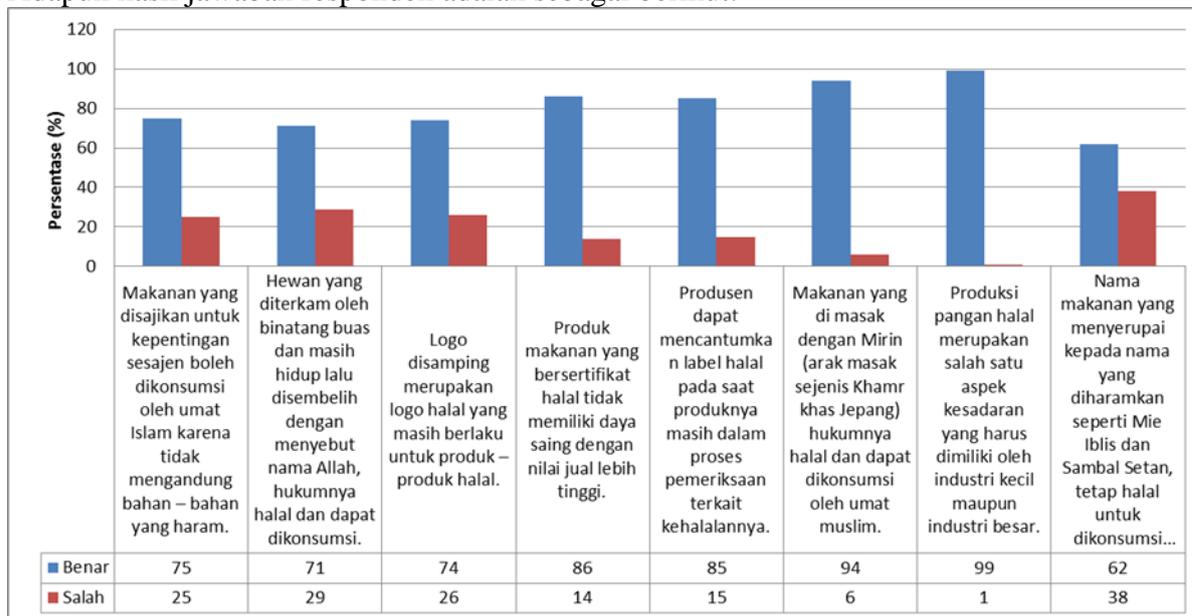
Merujuk pada tabel 4.1.5, diketahui responden dengan uang saku per bulan Rp. 500.000 hingga Rp. 1.000.000 sebanyak 49 orang dengan presentase 49%. Responden dengan uang saku per bulan Rp. 1.000.000 hingga Rp. 1.500.000 sebanyak 23 orang dengan presentase 23%, sedangkan responden dengan uang saku per bulan lebih dari Rp. 1.500.000 sebanyak 28 orang dengan presentase 28%.

## 2. Pengetahuan Tentang Pengetahuan Makanan Halal

Instrumen pengetahuan diberikan kepada 100 responden berisi 27 butir soal dengan pilihan jawaban benar-salah. Instrumen ini berisi pernyataan tentang makanan halal dengan kesadaran memilih mie instan impor pada mahasiswa Universitas Negeri Jakarta untuk mengetahui dan menganalisis tingkat pengetahuan responden. Adapun hasilnya adalah sebagai berikut:

### 1. Faktual

Terdapat 8 pertanyaan dari indikator faktual, yaitu 3 soal berbentuk positif pada butir soal nomor 2,3 dan 7 serta soal berbentuk negatif sebanyak 5 butir pada butir soal nomor 1,4,5,6 dan 8. Adapun hasil jawaban responden adalah sebagai berikut:



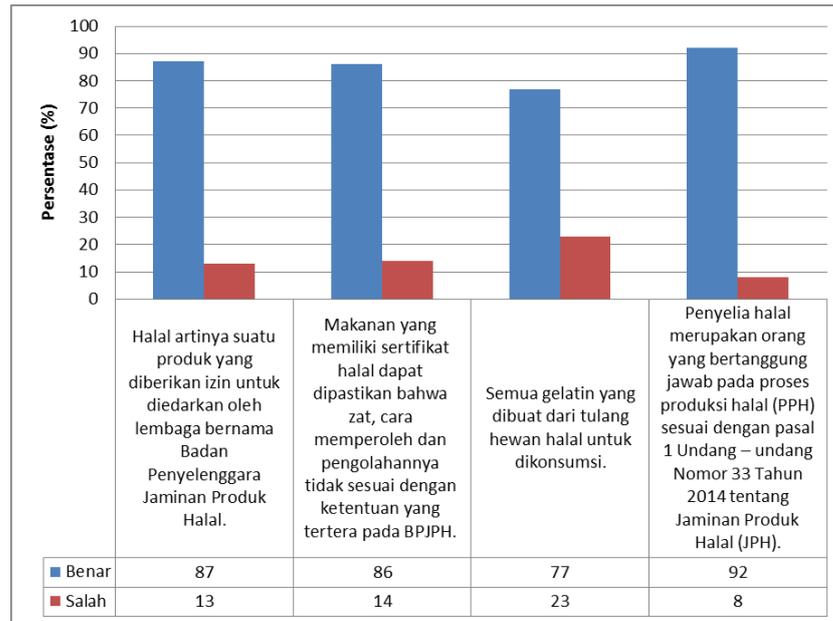
**Gambar 1.** Pengetahuan Responden Tentang Pengetahuan Faktual

Menurut **gambar 1.**, diketahui bahwa terdapat 75% responden menjawab benar pada pertanyaan “makanan yang disajikan untuk kepentingan sesajen boleh dikonsumsi oleh umat Islam karena tidak mengandung bahan – bahan yang haram”. Pada pernyataan “hewan yang diterkam oleh binatang buas dan masih hidup lalu disembelih dengan menyebut nama Allah, hukumnya halal dan dapat dikonsumsi” sebanyak 71% responden menjawab benar. 74% responden menjawab benar pada pernyataan “logo disamping merupakan logo halal yang masih berlaku untuk produk – produk halal” dan 86% responden menjawab benar pada pernyataan “Produk makanan yang bersertifikat halal tidak memiliki daya saing dengan nilai jual lebih tinggi”.

Pernyataan “produsen dapat mencantumkan label halal pada saat produknya masih dalam proses pemeriksaan terkait kehalalannya” sebanyak 85% responden menjawab benar. Responden yang menjawab benar pada pernyataan “makanan yang di masak dengan Mirin (arak masak sejenis Khamr khas Jepang) hukumnya halal dan dapat dikonsumsi oleh umat muslim” sebanyak 94% responden. Sebanyak 99% responden menjawab benar pada pernyataan “produksi pangan halal merupakan salah satu aspek kesadaran yang harus dimiliki oleh industri kecil maupun industri besar”, sedangkan terdapat 62% responden menjawab benar pada pernyataan “nama makanan yang menyerupai kepada nama yang diharamkan seperti Mie Iblis dan Sambal Setan, tetap halal untuk dikonsumsi dan produk tersebut bisa mendapatkan sertifikasi halal karena tidak ada sangkut pautnya dengan makanan”. Sebagian besar responden memiliki pengetahuan yang baik pada indikator faktual.

## 2. Konseptual

Pada indikator konseptual, terdapat 4 pernyataan berbentuk 3 soal positif pada butir soal nomor 9, 10 dan 12. Berbentuk 1 soal negatif pada butir soal nomor 11. Hasil jawaban responden adalah sebagai berikut:

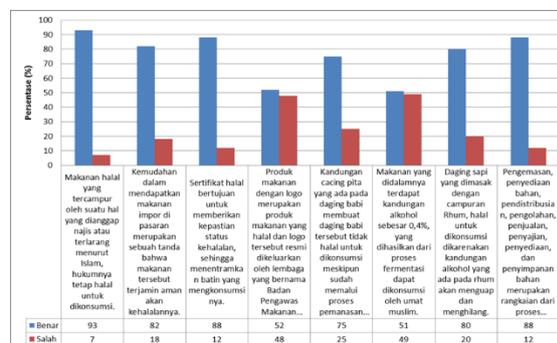


**Gambar 2.** Pengetahuan Responden Tentang Pengetahuan Konseptual

Melalui **gambar 2.**, diketahui terdapat 87% responden menjawab benar pada pernyataan “halal artinya suatu produk yang diberikan izin untuk diedarkan oleh lembaga bernama Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal”. 86% responden menjawab benar pada pernyataan “makanan yang memiliki sertifikat halal dapat dipastikan bahwa zat, cara memperoleh dan pengolahannya tidak sesuai dengan ketentuan yang tertera pada BPJPH”. Responden yang menjawab benar pada pernyataan “semua gelatin yang dibuat dari tulang hewan halal untuk dikonsumsi” sebanyak 77% sedangkan responden yang menjawab benar pada pernyataan “penyelia halal merupakan orang yang bertanggung jawab pada proses produksi halal (PPH) sesuai dengan pasal 1 Undang – undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH)” sebanyak 92%. Sebagian besar responden memiliki pengetahuan yang baik pada indikator konseptual.

### 3. Prosedural

Meninjau dari indikator prosedural, terdapat 7 pernyataan berbentuk 3 soal positif pada butir soal nomor 14, 16 dan 18. 4 butir soal negatif pada butir soal nomor 13, 15, 17 dan 19. Adapun hasil jawaban responden ialah sebagai berikut:



**Gambar 3.** Pengetahuan Responden Tentang Pengetahuan

**Gambar 3.** menunjukkan bahwa terdapat 63% responden yang menjawab benar pada pernyataan “langkah yang tidak menentukan halalnya suatu makanan adalah memproduksi

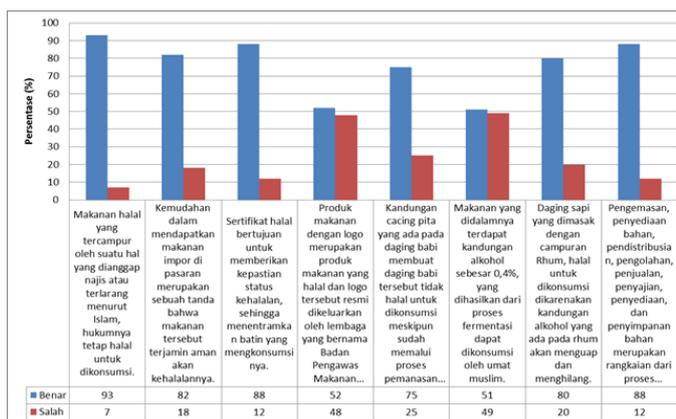
makanan halal dan non-halal di tempat yang sama”, sebanyak 93% responden menjawab benar pada pernyataan “mendaftarkan produk halal pada Sistem Jaminan Halal merupakan prosedur awal yang harus dilakukan jika ingin mendapatkan label halal”. Sebesar 97% responden menjawab benar pada pernyataan “menguji kehalalan produk makanan merupakan salah satu alur proses mendapatkan sertifikasi halal”. Pada pernyataan “proses pembuatan produk makanan yang didalamnya terjadi proses fermentasi alkohol hukumnya halal karena tidak memiliki efek khamr yaitu memabukan” sebanyak 57% responden yang menjawab benar.

Responden menjawab benar pada pernyataan “MSG yang menggunakan bahan campuran enzim porcine (enzim yang menyatu pada pankreas babi) dan dilakukan proses pencucian dengan cara yang diajarkan oleh Islam hukumnya halal dan boleh dikonsumsi” ialah sebanyak 70%, dan 72% responden menjawab benar pada pernyataan “makanan halal yang disajikan dengan makanan pendamping Sundaeh (sosis dari darah hewan sapi atau babi yang dibekukan), haram untuk dikonsumsi” serta 90% responden menjawab benar pada pernyataan “memasak makanan halal pada wajan bekas pemasakan bahan non-halal tetap membuat status makanan tadi menjadi halal”. Sebagian besar responden memiliki pengetahuan yang baik pada indikator prosedural.

#### 4. Metakognitif

Pada indikator metakognitif, terdapat 8 pernyataan dengan 4 butir soal positif pada nomor 22, 24, 26, dan 27 sedangkan terdapat 4 butir soal negatif pada soal nomor 20,21,23 dan 25. Hasil jawaban responden ialah sebagai berikut:

Menurut gambar 4.1.4, diketahui bahwa terdapat 93% responden menjawab benar pada pernyataan “makanan halal yang tercampur oleh suatu hal yang dianggap najis atau terlarang menurut Islam, hukumnya tetap halal untuk dikonsumsi”. Pada pernyataan “kemudahan dalam mendapatkan makanan impor di pasaran merupakan sebuah tanda bahwa makanan tersebut terjamin aman akan kehalalannya” sebanyak 82% responden menjawab benar. 88% responden menjawab dengan benar pada pernyataan “sertifikat halal bertujuan untuk memberikan kepastian status kehalalan, sehingga menentramkan batin yang mengkonsumsinya” dan 52% responden menjawab dengan benar pada pernyataan “produk makanan dengan logo merupakan produk makanan yang halal dan logo tersebut resmi dikeluarkan oleh lembaga yang bernama Badan Pengawas Makanan dan Obat”



Gambar 4. Pengetahuan Responden tentang Pengetahuan Metakognitif

Responden yang menjawab dengan benar pada pernyataan “kandungan cacing pita yang ada pada daging babi membuat daging babi tersebut tidak halal untuk dikonsumsi meskipun sudah melalui proses pemanasan dan pemasakan” ialah sebanyak 75%. Responden yang menjawab dengan benar pada pernyataan “makanan yang didalamnya terdapat kandungan alkohol sebesar 0,4%, yang dihasilkan dari proses fermentasi dapat dikonsumsi oleh umat muslim” ialah sebanyak

51%. Pada pernyataan “daging sapi yang dimasak dengan campuran Rhum, halal untuk dikonsumsi dikarenakan kandungan alkohol yang ada pada rhum akan menguap dan menghilang” sebanyak 80% responden menjawab pernyataan dengan benar, sedangkan sebanyak 88% responden menjawab pernyataan dengan benar pada “pengemasan, penyediaan bahan, pendistribusian, pengolahan, penjualan, penyajian, penyediaan, dan penyimpanan bahan merupakan rangkaian dari proses produksi halal yang harus terpenuhi”.

Berdasarkan hasil tersebut, pengetahuan responden tentang pengetahuan metakognitif sudah baik.

**Tabel 6.** Kategori Pengetahuan Tentang Makanan Halal Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta

No.	*Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Baik (nilai $\geq 75\%$ )	68	68
2.	Cukup (nilai 56% - 74%)	28	28
3.	Kurang (nilai $< 55\%$ )	4	4
<b>JUMLAH</b>		100	100

\*berdasarkan (Arikunto, 2013) dalam (Fashli, 2020)

Berdasarkan tabel 4.1.6 menunjukkan hasil kategori pengetahuan tentang makanan halal mahasiswa Universitas Negeri Jakarta dari 100 responden. Kategori baik apabila responden menjawab pernyataan pada kuesioner dengan benar sebesar  $\geq 75\%$ . Kategori cukup bila responden menjawab pernyataan pada kuesioner dengan benar sebesar 56% - 74% serta kategori kurang apabila responden menjawab pernyataan pada kuesioner dengan benar  $< 55\%$ .

Pada kategori baik sebanyak 68 orang dengan persentase 68% dan kategori cukup sebanyak 28 orang dengan persentase 28% serta kategori kurang sebanyak 4% dengan persentase 4%. Berdasarkan data tersebut, pengetahuan tentang makanan halal mahasiswa Universitas Negeri Jakarta dikategorikan kurang, cukup hingga baik.

## B. Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah dilakukan analisis serta perhitungan dari data penelitian yang telah diperoleh, berikut pembahasan mengenai hasil penelitian yang sudah dilakukan.

### 1. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui jumlah responden dengan jenis kelamin laki – laki berjumlah 37 orang dan jumlah responden perempuan berjumlah 63 orang dengan total responden berjumlah 100 orang. Karakteristik responden berdasarkan usia terdapat empat golongan usia yaitu responden dengan usia kurang dari 19 tahun sebanyak 9 orang, responden dengan usia diantara 19 tahun hingga 21 tahun sebanyak 54 orang, dan responden dengan usia diantara 21 tahun hingga 23 tahun sebanyak 31 orang, serta responden dengan usia lebih dari 23 tahun sebanyak 6 orang.

Berdasarkan kelompok fakultas, responden yang berada di Fakultas Pendidikan sebanyak 17 orang, responden dari Fakultas Bahasa dan Seni sebanyak 11 orang, responden dari Fakultas MIPA sebanyak 13 orang, responden dari Fakultas Ilmu Sosial sebanyak 15 orang, responden dari Fakultas Teknik sebanyak 19 orang, responden dari Fakultas Ilmu Olahraga sebanyak 8 orang, responden dari Fakultas Ekonomi sebanyak 13 orang, dan responden dari Fakultas Psikologi sebanyak 4 orang. Jika dikelompokkan berdasarkan angkatan, responden yang berada di angkatan 2019 berjumlah 19 orang dan responden yang berada di angkatan 2020 berjumlah 44 orang serta responden angkatan 2021 berjumlah 37 orang.

Jumlah uang saku per bulan responden terbagi dalam tiga kategori. Responden dengan uang saku per bulan diantara Rp 500.000 hingga Rp 1.000.000 berjumlah 49 orang dengan persentase 49% dan responden dengan uang saku per bulan diantara Rp 1.000.000 hingga Rp 1.500.000 berjumlah 23 orang dengan persentase 23% serta responden dengan uang saku perbulan diatas Rp 1.500.000 berjumlah 28 orang dengan persentase 28%.

## **2. Aspek Pengetahuan dan Kesadaran**

Perhitungan tingkat pengetahuan dan kesadaran dilakukan dengan menggunakan tiga kategori (sumber). Untuk pengetahuan, pertama yaitu kategori baik apabila responden mendapatkan nilai  $\geq 75\%$ . Kedua, responden dikategorikan cukup apabila memiliki nilai 54% - 74% dan ketiga, responden dikategorikan kurang apabila mendapatkan nilai  $< 55\%$ . Sedangkan, untuk kategori kesadaran pertama responden dapat dikategorikan baik apabila responden mendapatkan nilai  $\geq 80\%$ . Kedua, responden dikategorikan cukup jika mendapatkan nilai diantara 61% - 79%. Ketiga, responden dikategorikan kurang jika mendapatkan nilai  $< 60\%$ . Hasil untuk ketiga aspek dari 100 responden didapatkan hasil sebagai berikut:

### **1) Pengetahuan Makanan Halal**

#### **a. Faktual**

Pada aspek pengetahuan makanan halal dan indikator pada Faktual, responden menjawab pernyataan pada soal nomor 1 hingga soal nomor 8. Secara keseluruhan pada soal nomor 1 responden yang menjawab benar sebanyak 75 orang dengan persentase 75%, untuk soal nomor 2 responden yang menjawab benar sebanyak 71 orang dengan persentase 71%. Pernyataan soal nomor 3 dan 4 responden yang menjawab soal dengan benar sebanyak 74 orang dan 86 orang dengan persentase 74% dan 86%. Selanjutnya untuk pernyataan soal nomor 5 dan 6, responden yang menjawab pernyataan dengan benar sebanyak 85 orang dan 94 orang dengan persentase 85% dan 94%. Untuk pernyataan soal nomor 7 dan 8. Responden yang menjawab soal dengan benar ialah sebanyak 99 orang dan 62 orang dengan persentase 99% dan 62%.

Nilai responden paling sedikit menjawab benar ialah dengan total skor 3 dari 8 sebanyak 1 orang dengan persentase 1%, dan nilai yang paling banyak menjawab dengan benar ialah dengan total skor 8 dari 8 sebanyak 21 orang dengan persentase 21%. Pada soal pernyataan soal nomor 7, hampir seluruh responden menjawab pernyataan tersebut dengan benar sebanyak 99% dengan kalimat pernyataan "Produksi pangan halal merupakan salah satu aspek kesadaran yang harus dimiliki oleh industri kecil maupun industri besar". Berdasarkan data tersebut nilai rata – rata mahasiswa Universitas Negeri Jakarta ialah dapat menjawab pernyataan dengan total nilai sebanyak 6,46 dari 8 pada aspek pengetahuan faktual. Hal ini dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Negeri Jakarta sudah memiliki pengetahuan faktual yang baik.

#### **b. Konseptual**

Pada aspek pengetahuan makanan halal dan indikator konseptual, terdapat 4 soal pernyataan. Pada soal nomor 9 dan 10 responden yang dapat menjawab pernyataan dengan benar ialah sebanyak 87 orang dan 86 orang dengan persentase 87% dan 86%, sedangkan pada soal nomor 11 dan 12. Responden yang dapat menjawab pernyataan dengan benar sebanyak 77 orang dan 92 orang dengan persentase 77% dan 92%.

Berdasarkan uraian data di atas mahasiswa Universitas Negeri Jakarta memiliki pengetahuan konseptual yang baik dikarenakan nilai rata – rata responden secara keseluruhan ialah sebesar 3,42 dari total nilai 4.

#### **c. Prosedural**

Aspek pengetahuan makanan halal pada indikator prosedural, terdapat 7 soal pernyataan yang harus dijawab oleh responden. Dilihat dari total nilai 100 responden yang menjawab benar ialah sebesar 544 dan nilai rata – rata responden ialah sebesar 5,44. Responden yang berhasil menjawab pernyataan soal paling sedikit ialah memiliki jumlah nilai sebesar 2 poin dari total 7 poin

sebenyak 1 orang dengan persentase 1% dan responden yang berhasil menjawab soal paling banyak ialah memiliki jumlah nilai sebesar 7 poin dari total poin 7 sebanyak 21 orang dengan persentase 21%.

Berdasarkan hasil jawaban responden didapatkan kesimpulan bahwa mahasiswa Universitas Negeri Jakarta juga sudah memiliki pengetahuan prosedural yang baik, dapat dilihat dari nilai rata – rata responden.

#### **d. Metakognitif**

Pada aspek pengetahuan dan indikator metakognitif, terdapat 8 soal pernyataan yang berisi 4 butir soal positif dan 4 butir soal negatif. Pada butir soal nomor 20 hingga 24 responden dapat menjawab pernyataan dengan baik sebanyak 52% - 88% dan untuk soal pernyataan nomor 26 dan 27 responden menjawab dengan benar dengan persentase 80% dan 88%. Pada pernyataan butir soal nomor 25 “makanan yang didalamnya terdapat kandungan alkohol sebesar 0,4% yang dihasilkan dari proses fermentasi dapat dikonsumsi oleh umat muslim”, hampir setengah dari 100 responden menjawab pilihan jawaban yang salah sebanyak 49 responden dengan persentase 49%. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan kurangnya sumber – sumber informasi yang menjelaskan tentang produk hasil fermentasi, dan kurangnya minat membaca responden terhadap ketentuan produk halal dan non halal. Produk makanan dan minuman halal yang didalamnya terdapat kandungan alkohol dari proses fermentasi sebanyak sampai dengan 0,5% tersebut Majelis Ulama Indonesia pada fatwa ketiga nomor 3 mengklaim bahwa produk tersebut halal dan dapat dikonsumsi oleh umat Islam (Majelis Ulama Indonesia, 2018).

Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai rata – rata responden ialah sebesar 6,09 dari total nilai 8. Nilai tersebut masih masuk kedalam kategori baik. Jadi, pengetahuan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta pada indikator metakognitif tergolong baik.

Berdasarkan hasil jawaban responden mengenai 4 indikator pengetahuan, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Negeri Jakarta memiliki pengetahuan yang baik terhadap pengetahuan makanan halal. Hasil kategori yang ditunjukkan lebih baik daripada penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Munir dimana pengetahuan halal terhadap keputusan pembelian produk jamu madura menunjukkan nilai rtabel sebesar 0,279 (Munir dkk., 2019).

Pengetahuan yang diperoleh tidak hanya melalui pendidikan formal saja, namun pengetahuan dapat diperoleh dari berbagai macam pengalaman, pengalaman sendiri atau orang lain. Pengetahuan juga didapatkan dari berbagai sumber seperti membaca berita, membaca buku, mendengarkan radio, menonton televisi, media *online* atau lain sebagainya.

## **2) Kesadaran Memilih Mie Instan Impor**

### **a. Pengenalan Kebutuhan**

Pada aspek pengenalan kebutuhan terdapat 4 butir soal dengan 2 soal berbentuk positif dan 2 soal berbentuk negatif. Sebanyak 49% responden sangat setuju dan sudah familiar dengan banyaknya produk mie instan impor halal yang ada di Indonesia dan sebanyak 35% responden tidak setuju bahwa responden tidak tertarik pada mie instan impor yang beredar di Indonesia. Pada pernyataan “saya meyakini semua mie instan impor yang beredar di Indonesia terjamin kehalalannya” sebanyak 38% menjawab tidak setuju, sedangkan sebanyak 42% responden menjawab tidak setuju bahwa responden tertarik membeli mie instan impor karena kemasannya yang menarik meskipun tidak terdapat logo halal.

Berdasarkan jawaban responden di atas maka mahasiswa Universitas Negeri Jakarta sudah cukup baik memiliki kesadaran memilih mie instan impor pada indikator pengenalan kebutuhan.

### **b. Pencarian Informasi**

Pada indikator pencarian informasi terdapat 3 soal pernyataan, sebanyak 39% responden sangat tidak setuju bahwa tidak selalu melihat label halal pada produk mie instan impor sebelum membelinya. Sebanyak 37% responden menyetujui bahwa responden melihat harga promosi yang

ditawarkan produk mie instan impor di media sosial sebelum membelinya, sedangkan sebanyak 31% responden menyetujui bahwa selalu membaca komposisi mie instan impor sebelum membelinya.

Berdasarkan data tersebut, kesadaran mahasiswa Universitas Negeri Jakarta dalam pencarian informasi masuk kepada kategori cukup dalam indikator pencarian informasi, dikarenakan sebagian responden menyetujui untuk mencari berbagai informasi sebelum membeli mie instan impor.

#### **c. Evaluasi Alternatif**

Pada aspek evaluasi alternatif terdapat 4 soal pernyataan dengan 2 soal berbentuk positif dan 2 soal berbentuk negatif. Responden menjawab sangat setuju dan setuju pada pernyataan bahwa responden tertarik membeli mie instan impor setelah mendapatkan informasi mengenai kehalalannya sebanyak 42%, sedangkan sebanyak 48% responden menyetujui bahwa memilih membeli mie instan impor dengan harga yang mahal tetapi bersertifikat halal daripada dengan harga murah tetapi belum bersertifikat halal. 54% responden sangat tidak setuju bahwa pengetahuan makanan halal dan kesadaran dalam memilih mie instan impor tidak penting dan tidak perlu dilakukan dan sebanyak 93% responden sangat tidak menyetujui bahwa responden tidak akan menggali kembali informasi mengenai halal setiap ingin membeli mie instan impor.

Berdasarkan jawaban dari responden, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Universitas Negeri Jakarta sudah cukup memiliki kesadaran mengenai memilih mie instan impor sebagai produk yang halal.

#### **d. Perilaku Pembelian**

Aspek perilaku pembelian terdapat 4 soal pernyataan dengan 2 soal berbentuk positif dan 2 soal berbentuk negatif. Pada pernyataan yang menjelaskan bahwa responden tertarik membeli mie instan impor karena produk tersebut ada pada film yang disukai, sebanyak 37% responden menjawab tidak setuju akan pernyataan tersebut. Pada pernyataan bahwa tidak tertarik membeli mie instan impor karena belum bersertifikat halal meskipun sedang ramai diperbincangkan, sebanyak 37% responden setuju dan 29% responden sangat setuju. 43% responden tidak setuju bahwa memilih mie instan impor karena lebih mengenyangkan dibanding mie instan lokal, sedangkan sebanyak 37% responden menyetujui dan 35% sangat menyetujui bahwa tertarik membeli mie instan impor yang sudah bersertifikat halal dan mengurangi perhatian untuk membeli mie instan impor yang belum bersertifikat halal.

Berdasarkan jawaban dari responden, mahasiswa Universitas Negeri Jakarta memiliki kesadaran yang baik dalam memilih mie instan impor yang halal.

#### **e. Keputusan Pembelian**

Aspek keputusan pembelian terdapat 2 soal pernyataan dengan 1 soal berbentuk positif dan 1 soal berbentuk negatif. 34% responden sangat menyetujui dan 34% responden menyetujui bahwa tidak akan mengonsumsi mie instan impor yang didalamnya terdapat alkohol meskipun hanya sebesar 0,1% dan 34% responden tidak setuju bahwa selalu ingin mencoba mie instan impor setiap mie tersebut mengeluarkan varian baru.

Berdasarkan data dari jawaban responden, kesadaran untuk melakukan keputusan pembelian masuk kepada kategori cukup dikarenakan di Indonesia banyak beredar mie instan impor dengan kandungan alkohol sebesar 0,5% dan bersertifikat halal, hal tersebut terjadi dikarenakan pengetahuan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta mengenai kandungan alkohol pada produk makanan masih kurang, sehingga hasil dari kesadarannya pun akan kurang.

Dari hasil diatas peneliti menyimpulkan bahwa sebagian besar responden cukup memiliki kesadaran yang baik mengenai memilih mie instan impor sebagai produk halal dibarengi dengan pengetahuan yang baik.

Kesadaran merupakan sikap seseorang yang secara sukarela menaati semua peraturan dan sadar akan tugas dan tanggung jawabnya (Malayu, 2012). Membeli mie instan impor dipengaruhi oleh kesadaran. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah, dalam penelitiannya berjudul Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Mie instan yang menunjukkan bahwa variabel kesadaran dinyatakan signifikan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,013 < 0,05$  dengan koefisien regresi sebesar 0,408.

### **KESIMPULAN**

Merujuk hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara pengetahuan makanan halal dengan kesadaran memilih mie instan impor oleh mahasiswa Universitas Negeri Jakarta dengan koefisien korelasi sebesar 0,986 dan nilai signifikansi parsial sebesar 58,5. Pengetahuan makanan halal dengan kesadaran memilih mie instan impor memiliki tingkat hubungan sebesar 97,2% sisanya ditentukan oleh faktor lain.

Berdasarkan hasil perhitungan kategori menunjukkan pengetahuan mahasiswa Universitas Negeri Jakarta berkisar antara kurang (4%), cukup (28%) hingga baik (68%). Kesadaran memilih mie instan impor berada pada kategori kurang (9%), cukup (69%) dan baik (22%). Maka dapat disimpulkan bahwa tingkat pengetahuan makanan halal mahasiswa Universitas Negeri Jakarta sudah baik, hal ini dibuktikan bahwa mahasiswa Universitas Negeri Jakarta dapat menjawab pernyataan – pernyataan pada tingkat kesadaran dengan baik dan masuk kepada kategori cukup..

### **BIBLIOGRAFI**

- Abadi, T. (2011). Tim Pengkajian Hukum tentang Peran Serta Masyarakat dalam Pemberian Informasi Produk Halal. Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI Badan Pembinaan Hukum Nasional.
- Ali, M. (2016). Konsep Makanan Halal dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung Jawab Produk Atas Produsen Industri Halal. *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, 16(2), 291–306. <https://doi.org/10.15408/ajis.v16i2.4459>
- Alia, U. N. (2022). Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Masyarakat Pada Produk Halal dalam Persepektif Ekonomi Islam (Studi Pada Masyarakat Sebagai Konsumen Indomie).
- Anderson, L. W., & Krathwohl, D. R. (2001). A Taxonomy for Learning, Teaching, and Assessing: A Revision of Bloom's Taxonomy of Educational Objectives.
- Astawan, M. (2008). Membuat Mi dan Bihun. Penebar Swadaya.
- bps.go.id. (2021). Perkembangan Impor Kelompok Makaroni, Mie, dan Produk Sejenisnya.
- Cindy, B. P. I. R., Suyatno, I., & Fatimah, S. (2016). Hubungan Konsumsi Mie Instan dengan Desa Jamus Kecamatan Mranggen Kabupaten Demak, Indonesia Tahun 2015. 4(April).
- Dewi Arifa Al Saudah, N. (2000). Kajian Kesadaran Konsumen Pangan Halal Pada Pelajar SLTP. [dpr.go.id](http://dpr.go.id). (2019). Undang - Undang Republik Indonesia No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. 1.
- Esa, I., & Mas'ud, F. (2021). Pengaruh Faktor Kesadaran Halal, Harga, Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Orichick Di Kota Semarang. *Liquidity*, 10(2), 147–160. <https://doi.org/10.32546/lq.v10i2.1038>
- Fashli, A. (2020). Hubungan Tingkat Pengetahuan Bahaya Kebakaran dengan Perilaku Pengendalian Kebakaran pada Penghuni Rumah Susun Sewa Mojosongo Kota Surakarta. *Uns.Ac.Id*, 11. <https://digilib.uns.ac.id>
- Firmansyah, D. (2020). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Mie Instan. In *Konstruksi Pemberitaan Stigma Anti-China pada Kasus Covid-19 di Kompas.com* (Vol. 68, Issue 1).

- Hajar, A., Herlambang, T., & Rahayu, J. (2022). Duta Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian 3. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v3i2.3961>
- Hernaeny, U. (2021). Populasi dan Sampel. In *Pengantar Statistik 1* (p. 33).
- Idris. (2017). Banyak mie instan impor masuk RI, dari mana asalnya? <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3537217/banyakmie-instan-impor-masuk-ri-dari-mana-asalnya>
- Indah Lestari, P., & Supriyanto, A. (2022). Keputusan Pembelian Mi Samyang Pada Generasi Z : Ditinjau dari Labelisasi Halal, Halal Awareness, Harga dan Promosi. *01(02)*, 12–22.
- Indrawan, B., & Kaniawati Dewi, R. (2020). Pengaruh Net Interest Margin (NIM) Terhadap Return on Asset (ROA) Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Tbk Periode 2013-2017. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, *4(1)*, 78–87. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v4i1.239>
- Jamal Abdul Nassir, S., & Mohd Arifin, N. S. (2009). Dimension of Halal Purchase. *Internarional Review of Business Research Papers*.
- Jaya, I. (2019). Penerapan Statistik untuk Penelitian Pendidikan. Prenadamedia Group (Divisi Kencana).
- Juan Daniel, A. (2021). Pengaruh Promosi, Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa. Repository UNJ. [repository.unj.ac.id](https://repository.unj.ac.id)
- Kadir. (2016). *Statistik Terapan*. PT Rajagrafindo Persada.
- kemenag.go.id. (2019). Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal
- kemenag.go.id. (2023). Semua Produk Wajib Bersertifikat Halal.
- Khomsan, A., Anwar, F., & Mudjajanto S, E. (2009). Pengetahuan, Sikap dan Praktek Gizi Ibu Peserta Posyandu. *Jurnal Gizi Dan Pangan*, *4(1)*, 33–41.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2006). *Prinsip - Prinsip Pemasaran: Edisi Keduabelas Jilid 1*.
- Krisdiansyah, A. (2020). Pengaruh Label halal Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Kprea Shin Ramyun (Studi Kasus pada Remaja Muslim di Kecamatan Senapelan). *8(75)*, 147–154. <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002%0Ahttp://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049%0Ahttp://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391%0Ahttp://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205%0Ahttp://>
- Lala, F. H., Susilo, B., & Komar, N. (2013). Uji Karakteristik Mie Instan Berbahan-Baku Tepung Terigu dengan Substitusi Mocaf Characteristics Test of Instant Noodles Made from Wheat Flour with Mocaf Substitution MOCAF sendiri merupakan singkatan dari Modified Cassava Flour yang berarti tepung singko. *Jurnal Bioproses Komoditas Tropis*, *1(2)*, 11–20.
- Lestari, S., Dian Permatasari, S., & Perwira Dara, Y. (2016). Bentuk Warning Label (Pictorial, Information and Question Warning Label) untuk Menurunkan Intensi Mengkonsumsi Mie Instan pada Mahasiswa di Kota Malang.
- Majelis Ulama Indonesia. (2018). Produk Makanan dan Minuman Yang Mengandung Alkohol/Etanol. *Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia*, 1–11.
- Malayu, H. (2012). *Manajemen SDM*. Edisi Revisi Cetakan Ke Tigabelas.
- Marchella, V. (2021). Keputusan Pembelian Samyang Food Mie Instan Asal Korea Selatan Varian Halal Oleh Followers. 398–411.
- Munir, M., Hidayat, K., Fakhry, M., & Mu'tamar, M. F. F. (2019). Pengaruh Pengetahuan Halal, Kesadaran Halal (Halal Awareness) Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jamu Madura. *Agroindustrial Technology Journal*, *03(02)*, 95–109.
- Murhanjati S, T. (2020). Pengetahuan Makanan Halal Untuk Meningkatkan Minat Beli Produk Halal Pada Siswa Tata Boga. *21(1)*, 1–9. <http://journal.um->

surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203

- Na, Z., & Ma. (2012). Noodles, traditionally and today. *Journal of Ethnic Foods*, 209.
- Notoatmodjo, S. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nurhalima, T. (2018). Urgensi Pemahaman Makanan Halal dan Baik pada Masyarakat Lau Gumba Kecamatan Berastagi. FAI UPPBM.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Buku Ajar Dasar-dasar Statistik Penelitian*.
- Rahayuningsih, E., & Ghozali, M. L. (2021). Sertifikasi Produk Halal dalam Perspektif Mashlahah Mursalah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 135. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1929>
- Rahmadi. (2011). Pengantar Metodologi Penelitian. In Antasari Press. [https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN.pdf](https://idr.uin-antasari.ac.id/10670/1/PENGANTAR%20METODOLOGI%20PENELITIAN.pdf)
- Ramalisa, Y., & Syafmen, W. (2014). Analisis Pengetahuan Prosedural Siswa Tipe Kepribadian Sensing dalam Menyelesaikan Soal Materi Sistem Persamaan Linear Dua Variabel.” *Jurnal of Edumatica* 4 (1).  
<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=161160&val=870&title>
- Riaz, M. . (2007). Halal Food Production for the Central Industry and the Halal Certification. *Article in Cereal Foods World*. 5, (4).
- Rizaty Ayu, M. (2022). Jumlah Penduduk Muslim Indonesia Terbesar di Dunia pada 2022.
- Rosidi, A., Musdianingwati, T., Suyanto, A., Yusuf, M., & Sulistyowati, E. (2015). Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa dalam Keputusan Pembelian Produk Halal. <Http://Jurnal.Unimus.Ac.Id>, 40–48.
- Rosita, T. (2018). Kesadaran dan Perubahan Kesadaran.
- Sarasi, V., Helmi, A., & Burhanudin, A. F. (2023). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal , Harga dan Desain Kemasan Terhadap Pembelian Mie Instan Impor. 9(01), 105–115.
- Setiawan, C. K., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Green Marketing dan Bran Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Indonesia (Studi Kasus Pada Followers Account Twitter @TheBodyShopIndo). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 10(1), 1–9. <https://doi.org/10.35968/m-pu.v10i1.371>
- Setyaningsih, E. D., Akuntansi, J., Bina, U., Informatika, S., Marwansyah, S., Akuntansi, J., Bina, U., & Informatika, S. (2019). The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products. 3(1), 64–79.
- Siregar, S. (2015). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Sinar Grafika Offset.
- Sugiyono. (2015). *Cara Mudah Menyusun : Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung , Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung , Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sukendra, I. K. I. K. S. A. (2020). *Instrumen Penelitian*. In *Journal Academia*.
- Surahman, & Supardi, S. (2016). *Ilmu Kesehatan Masyarakat*. Jakarta : Kementrian Kesehatan RI.
- Widjaja, K. (2000). *Pengantar Psikologi*.
- Yuliana, E. (2017). (2017). Analisis Pengetahuan Siswa Tentang Makanan yang Sehat dan Bergizi Terhadap Pemilihan Jajanan di Sekolah. <http://repository.ump.ac.id/4114/>
- Yuliara, I. M. (2016). Regresi Linear Sederhana. <https://doi.org/10.1093/bja/62.4.429>
- Yunitasari, E., Triningsih, A., & Pradanie, R. (2020). Analysis of Mother Behavior Factor in Following Program of Breastfeeding Support Group in the Region of Asemrowo Health Center, Surabaya. *NurseLine Journal*, 4(2), 94. <https://doi.org/10.19184/nlj.v4i2.11515>.



**This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.**