

Respon konsumen muslim di Indonesia terhadap perbedaan kredibilitas pemberi logo halal = Indonesia moslem consumers' response towards The difference in credibility of halal logo certifiers

Deananda Puspitasari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20516805&lokasi=lokal>

Abstrak

Di Indonesia memberikan kepastian dan informasi Halal masih belum menjadi kewajiban. Saat ini, penelitian yang berfokus pada bagaimana komunikasi Halal berdampak pada sikap konsumen Muslim masihlah terbatas.

Pemerintah telah menunjuk MUI sebagai badan resmi untuk melakukan sertifikasi Halal, namun karena peraturan untuk mendapatkan dan menempatkan logo Halal pada produk belum merupakan kewajiban, maka pada prakteknya saat ini tidak semua produk menempatkan logo Halal di dalamnya dan tidak semua disertifikasi oleh MUI.

Tesis ini akan mengkaji penggunaan logo Halal dalam produknya, dan apakah ada perbedaan kredibilitas logo Halal yang disertifikasi oleh MUI dibandingkan dengan logo Halal yang diklaim sendiri oleh produsen.In Indonesia giving Halal assurance is still not yet mandatory. There is still limited research focusing on how Halal communication gives impact to the Moslem consumers' attitude. Government has appointed MUI as the official body to do Halal certification, however the regulation is not yet strongly implemented, as not yet all products are having Halal logo, and not all are certified by by MUI.

This thesis will examine on the usage of Halal logo in the product, and whether the there is any difference in credibility of Halal logo certified by MUI vs those who are self-claimed by the producers.