

ABSTRACT

Nowadays the development of trade has made strict competition in low fat high calcium milk product. The competition demands explicit market segmentation and targeting and push the product innovation to arise. Therefore many brands provide low fat high calcium milk product. And for the matter of that knowing the customer purchase decision considered important to producers. The consumer rank the brands and form the purchase intentions, it will help them to decide the most preferred brand and decide to purchase it. Nutrition label is one of the factors that can influence the customer purchase decisions. Nutrition label has 3 variable which they are serving size, number of servings per container, and nutrition content.

This study aims to determine the influence of nutrition label towards customer purchase decision. The research methodology in this research is quantitative research methods, the research objects are Pontianak Anlene Customers with sample of 100 respondents. Data was collected through questionnaire. This research uses regression analysis to analyze the data.

The study found that serving size has positive and significant influence on customer purchase decision both for under 50 years old respondents and more than 50 years old respondents. Number of servings per container has negative and not significant influence on customer purchase decision both for under 50 years old respondents and more than 50 years old respondents. And for nutrition content has positive and significant influence on customer purchase decision for under 50 years old respondents but for more than 50 years old respondents has positive and not significant result.

The recommendation for Anlene producers are they have to socialize and educate the usages and benefits of nutrition label variable to customers. Therefore consumers can gain benefit by having a healthy lifestyle with healthy food and they can directly choose the product because they already knew the benefit and nutrition of the product.

Keyword: Nutrition Label, Serving Size, Number of Servings Per Container, Nutrition Content, Customer Purchase Decisions.

ABSTRAK

Saat ini perkembangan perdagangan telah membuat persaingan yang ketat dalam produk susu kalsium tinggi rendah lemak. Kompetisi ini menuntut segmentasi dan target pasar yang jelas dan mendorong timbulnya inovasi produk. Oleh karena itu banyak merek menyediakan produk susu tinggi kalsium rendah lemak. Dan untuk masalah itu dengan mengetahui keputusan pembelian konsumen hal tersebut dianggap penting bagi produsen. Konsumen memberi peringkat pada merek-merek dan membentuk niat pembelian, itu akan membantu mereka untuk memutuskan merek yang paling mereka sukai dan memutuskan untuk membelinya. Label nutrisi merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Label nutrisi memiliki 3 variabel yaitu takaran saji, jumlah sajian per kemasan, dan konten gizi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label nutrisi terhadap keputusan pembelian konsumen. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, objek penelitian ini adalah pelanggan Anlene di Pontianak dengan sampel 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Penelitian ini menggunakan analisis regresi untuk menganalisis data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa takaran saji berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen baik untuk responden di bawah 50 tahun dan responden lebih dari 50 tahun. Jumlah sajian per kemasan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan pada keputusan pembelian konsumen baik untuk responden di bawah 50 tahun dan responden lebih dari 50 tahun. Dan untuk konten gizi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen untuk responden di bawah 50 tahun tapi untuk responden yang berusia lebih dari 50 tahun memiliki hasil yang positif dan tidak signifikan.

Rekomendasi bagi produsen Anlene adalah mereka harus mensosialisasikan dan memberikan pendidikan tentang penggunaan dan manfaat dari variabel label nutrisi untuk konsumen yang dikarenakan oleh kesenjangan antara pengetahuan produk dan konsumen mereka. Sehingga konsumen mereka bisa mendapatkan manfaat yaitu memiliki gaya hidup dengan makanan sehat dan mereka dapat langsung memilih produk mereka karena mereka sudah tahu manfaat dan gizi produk tersebut.

Kata Kunci: Label Nutrisi, Takaran Saji, Jumlah Sajian Per Kemasan, Konten gizi, Keputusan Pembelian Konsumen.