

**PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN DENGAN POLA DIET
TERHADAP PRODUK PANGAN BERLOGO
PILIHAN LEBIH SEHAT**

TUGAS AKHIR



**NAJLA AUDRA NEPHELIA MOHALISI
NIM: 1232916010**

**PROGRAM STUDI ILMU DAN TEKNOLOGI PANGAN
FAKULTAS TEKNIK DAN ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2025**

**PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN DENGAN POLA DIET
TERHADAP PRODUK PANGAN BERLOGO
PILIHAN LEBIH SEHAT**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Teknologi Pangan**



**NAJLA AUDRA NEPHELIA MOHALISI
NIM: 1232916010**

**PROGRAM STUDI ILMU DAN TEKNOLOGI PANGAN
FAKULTAS TEKNIK DAN ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2025**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah karya saya sendiri, dan
semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk
telah Saya nyatakan benar.**

Nama : Najla Audra Nephelia Mohalisi

NIM : 1232916010

Tanda Tangan :



Tanggal : 25 Agustus 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Najla Audra Nephelia Mohalisi
NIM : 1232916010
Program Studi : Ilmu dan Teknologi Pangan
Fakultas : Teknik dan Ilmu Komputer
Judul Skripsi : Persepsi dan Sikap Konsumen dengan Pola Diet
terhadap Produk Pangan Berlogo Pilihan Lebih Sehat

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Teknologi Pangan pada Program Studi Ilmu dan Teknologi Pangan, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Bakrie.

Dewan Penguji

Pembimbing 1 : Dr. Rizki Maryam Astuti, S.Si., M.Si

()

Pembimbing 2 : Dr.agr. Wahyudi David, S.TP. M.Sc

()

Penguji : Prof. Ardiansyah, Ph.D

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 25 Agustus 2025

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah alladzii bini'matihi tatimmus shaalihaat, segala puji hanyalah milik Allah 'azza wa jalla yang dengan nikmatnya niat-niat baik hamba dapat terlaksana. Shalawat, salam, dan keberkahan semoga selalu tercurahkan untuk Nabi Muhammad shallallahu 'alaihi wasallam. Alhamdulillah, dengan taufik, pertolongan, dan kemudahan dari Allah 'azza wa jalla, tugas akhir yang berjudul **Persepsi dan Sikap Konsumen dengan Pola Diet terhadap Produk Pangan Berlogo Pilihan Lebih Sehat** dapat diselesaikan sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu dan Teknologi Pangan Universitas Bakrie. Pada kesempatan ini, penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Rizki Maryam Astuti, S.Si., M.Si. dan Bapak Dr.agr. Wahyudi David, S.TP., M.Sc. selaku dosen pembimbing, serta Prof. Ardiansyah, Ph.D. selaku dosen penguji, atas ilmu, motivasi, saran, bimbingan, waktu dan masukan berharga yang telah diberikan untuk penyempurnaan penelitian ini. Dosen Ilmu dan Teknologi Pangan yang telah memberikan ilmu dan waktunya selama perkuliahan.
2. Kepada keluarga – Bapak Syaifuddin Mohalisi, Ibu Amita Nucifera Nida Silmi, Kakak M. Haidar Mohalisi & Kakak Ayu Shafa Azzahra, M. Azraf Mohalisi, Wa Ode Fatimah Z.G.Mohalisi, dan anggota keluarga lainnya atas do'a, pengertian, dan dukungan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dengan baik.
3. Amira Rosyida Eugenia Mohalisi *rahimahullah* atas pelajaran dan semangat yang diberikan semasa hidup, yang menjadi motivasi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. *Allahummaghfirlaha warhamha wa'afiha wa'fuanha*.
4. Salma Fauziyyah, Rekan Ilmu dan Teknologi Pangan Bakrie, dan kerabat lainnya atas dukungannya dalam penyusunan tugas akhir.
5. Responden penelitian yang telah meluangkan waktu dan berpartisipasi sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.

Penulis berharap laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan. Hasil laporan tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Maka dari itu, kritik dan saran yang dapat dikembangkan akan melengkapi laporan ini.

Jakarta, Agustus 2025

Najla Audra Nephelia Mohalisi

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Najla Audra Nephelia Mohalisi
NIM : 1232916010
Program Studi : Ilmu dan Teknologi Pangan
Fakultas : Teknik dan Ilmu Komputer
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Persepsi dan Sikap Konsumen dengan Pola Diet terhadap Produk Pangan Berlogo Pilihan Lebih Sehat

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Bogor

Pada tanggal : 25 Agustus 2025

Yang menyatakan,



Najla Audra Nephelia Mohalisi

Persepsi dan Sikap Konsumen dengan Pola Diet terhadap Produk Pangan Berlogo Pilihan Lebih Sehat

Najla Audra Nephelia Mohalisi

ABSTRAK

Penyakit tidak menular (PTM) di Indonesia menunjukkan tren peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu langkah pencegahan yang diakui efektif adalah modifikasi gaya hidup, yang di dalamnya mencakup pengaturan pola makan atau penerapan pola diet. Sebagai bagian dari upaya tersebut, Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) memperkenalkan logo Pilihan Lebih Sehat (PLS) pada produk pangan olahan untuk membantu konsumen memilih produk dengan keunggulan gizi tertentu. Penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan pola diet dengan persepsi dan sikap konsumen terhadap produk berlogo PLS, serta hubungan antara persepsi dan sikap konsumen. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei daring melalui kuesioner. Responden penelitian terdiri dari 466 responden yang memiliki pengetahuan tentang logo PLS. Analisis data dilakukan secara deskriptif dan menggunakan uji korelasi *Spearman*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola diet berhubungan negatif signifikan dengan persepsi ($r = -0,164$, $p = 0,000$) dan sikap konsumen ($r = -0,266$, $p = 0,000$). Sebaliknya, persepsi konsumen terhadap logo PLS berkorelasi positif kuat dan signifikan dengan sikap konsumen ($r = 0,646$, $p = 0,000$). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin positif persepsi terhadap logo PLS, semakin positif pula sikap konsumen dalam memilih produk tersebut.

Kata kunci: logo pilihan lebih sehat, persepsi konsumen, pola diet, sikap konsumen, uji korelasi *Spearman*

***Consumer Perception and Attitude with Dietary Patterns toward Food Products
Labeled with the Healthier Choice Logo***

Najla Audra Nephelia Mohalisi

ABSTRACT

The prevalence of non-communicable diseases (NCDs) in Indonesia has increased markedly in recent years. Lifestyle modification, particularly through the management of dietary patterns and the adoption of specific diets, is recognized as an effective preventive strategy. To support healthier consumer choices, the Indonesian Food and Drug Authority (BPOM) introduced the Healthier Choice (PLS) logo on packaged food products, which identifies items with specific nutritional benefits. This study examines the associations between dietary patterns, consumer perceptions, and attitudes toward PLS-labeled products, as well as the relationship between perception and attitude. A quantitative research design was implemented using an online survey and a structured questionnaire. The sample comprised 466 respondents familiar with the PLS logo. Data analysis included descriptive statistics and the Spearman correlation test. The findings demonstrate that dietary patterns are significantly and negatively associated with both perception ($r = -0,164$, $p = 0,000$) and consumer attitude ($r = -0,266$, $p = 0,000$). Conversely, consumer perception of the PLS logo is strongly and positively correlated with consumer attitude ($r = 0,646$, $p = 0,000$). These results suggest that a more positive perception of the PLS logo is associated with a more favorable consumer attitude toward selecting these products.

Keywords: *consumer attitude, consumer perception, dietary pattern, healthier choice logo, Spearman correlation test*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	III
HALAMAN PENGESAHAN	IV
KATA PENGANTAR.....	V
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	VII
ABSTRAK.....	VIII
<i>ABSTRACT</i>	IX
DAFTAR ISI	X
DAFTAR TABEL	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR LAMPIRAN	XIII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian	2
BAB II METODOLOGI PENELITIAN	4
2.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	4
2.2 Alat dan Bahan	4
2.3 Metode Penelitian	4
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	9
3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	9
3.2 Profil Responden	10
3.3 Pengetahuan Terhadap Logo PLS	12
3.4 Persepsi Konsumen Terhadap Logo PLS	14
3.5 Sikap Konsumen Terhadap Logo PLS	18
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	22
4.1 Kesimpulan.....	22
4.2 Saran	22
DAFTAR PUSTAKA.....	23

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Uji validitas kuesioner	9
Tabel 2. Uji reliabilitas kuesioner.....	10
Tabel 3. Profil responden.....	12
Tabel 4. Distribusi pengetahuan responden terhadap logo PLS	13
Tabel 5. Produk PLS yang diketahui responden.....	13
Tabel 6. Makna logo PLS yang diketahui responden	14
Tabel 7. Signifikansi(α), kekuatan(r), dan arah hubungan karakteristik responden dengan persepsi konsumen mengenai logo PLS.....	15
Tabel 8. Signifikansi(α), kekuatan(r), dan arah hubungan karakteristik responden dengan sikap konsumen mengenai logo PLS	18
Tabel 9. Frekuensi dan preferensi pembelian produk berlogo PLS berdasarkan jenis diet	20

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tahapan penelitian	5
Gambar 2. Domisili responden	11
Gambar 3. Urutan informasi yang diperhatikan responden pada label pangan olahan ..	17

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Survei	27
Lampiran 2. Daftar Jenis Pangan dan Syarat Zat Gizi untuk Penggunaan Logo PLS ...	33
Lampiran 3. Uji validitas persepsi	48
Lampiran 4. Uji validitas sikap.....	48
Lampiran 5. Uji reliabilitas persepsi.....	49
Lampiran 6. Uji reliabilitas sikap	49
Lampiran 7. Uji Spearman karakteristik responden, persepsi, dan sikap konsumen	50