

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK MINUMAN  
DENGAN KLAIM KANDUNGAN ZAT GIZI**

**TUGAS AKHIR**



**ANISSA INTAN ISWARA**

**1202916001**

**PROGRAM STUDI ILMU DAN TEKNOLOGI PANGAN**

**FAKULTAS TEKNIK DAN ILMU KOMPUTER**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA**


**2022**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

**Nama : Anissa Intan Iswara**

**NIM : 1202916001**

**Tanda Tangan : **

**Tanggal : 15 Agustus 2022**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Anissa Intan Iswara  
NIM : 1202916001  
Program Studi : Ilmu dan Teknologi Pangan  
Fakultas : Teknik dan Ilmu Komputer  
Judul Tugas Akhir : Persepsi Konsumen Terhadap Produk Minuman  
dengan Klaim Kandungan Zat Gizi

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

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Laras Cempaka, S.Si, M.T.

()

Pembimbing II : Kurnia Ramadhan, Ph.D

()

Penguji : Ardiansyah, Ph.D

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 15 Agustus 2022

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah *subhanahu wa ta'ala* atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul **“Persepsi Konsumen terhadap Produk Minuman dengan Klaim Kandungan Zat Gizi”** dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknologi Pangan, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan, bimbingan, dukungan, nasihat serta doa dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Ibu Laras Cempaka, S.Si, M.T., selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan ilmu, arahan, saran, dukungan serta motivasi sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Kurnia Ramadhan, Ph.D, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan amanah, kepercayaan, bimbingan, arahan, saran, serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Ardiansyah, Ph.D, selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan semangat sejak penulisan proposal penelitian hingga tersusunnya Tugas Akhir ini.
4. Orang tua dan seluruh anggota keluarga yang selalu memberikan semangat, doa, dukungan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Seluruh Dosen Universitas Bakrie Program Studi Ilmu dan Teknologi Pangan yang telah mendidik serta membimbing penulis sehingga mendapatkan ilmu yang bermanfaat.
6. Seluruh staf Universitas Bakrie yang telah memberikan bantuan dan dukungan demi kelancaran penelitian penulis.
7. Yuliyanti, Sundanese (Rohmatunisa, Nova, Dara dan Sri), Dina Amalia, Alifya yang selalu memberikan dukungan dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan ini dengan baik.
8. AnkimIPBakrie Raihana, Cut Ulfah, Citta dan teman-teman Ilmu dan Teknologi Pangan Universitas Bakrie 2020-2021 yang telah memberikan

dukungan, semangat dan motivasi selama perkuliahan hingga penyusunan Tugas Akhir.

Semoga Allah *subhanahu wa ta'ala* membalas kebaikan yang telah diberikan kepada penulis, serta melindungi setiap langkah kehidupan seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tugas akhir ini. Penulis berharap Tugas Akhir ini dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan sangat bermanfaat bagi penulis.

Jakarta, 15 Agustus 2022



Anissa Intan Iswara

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Anissa Intan Iswara  
NIM : 1202916001  
Program Studi : Ilmu dan Teknologi Pangan  
Fakultas : Teknik dan Ilmu Komputer  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

**Persepsi Konsumen terhadap Produk Minuman dengan Klaim Kandungan Zat Gizi.**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti non eksklusif 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 : Jakarta

Pada tanggal : 15 Agustus 2022

Yang menyatakan



Anissa Intan Iswara

## PERSEPI KONSUMEN TERHADAP PRODUK MINUMAN DENGAN KLAIM KANDUNGAN ZAT GIZI

Anissa Intan Iswara

---

### ABSTRAK

Berkembangnya kepedulian terhadap makanan untuk menghindari masalah penyakit, membuat industri perlu menyertakan klaim kandungan zat gizi pada kemasan produk. Penelitian ini bertujuan mengetahui persepsi konsumen terhadap produk minuman dengan klaim kandungan zat gizi. Faktor-faktor yang diteliti meliputi pengetahuan dan kebiasaan konsumsi, sikap terhadap minuman dengan klaim kandungan zat gizi dan pengaruh klaim kandungan zat gizi terhadap keputusan pembelian. Analisis data dilakukan dengan uji deskriptif, *Principal Component analysis*, *Agglomerative Hierarchical Clustering* menggunakan XLSTAT, uji *Chi-Square* dan *Rank Spearman* menggunakan SPSS. Berdasarkan hasil uji, sebanyak 99% responden mengetahui dan mengonsumsi produk pangan dengan klaim kandungan zat gizi, 86% responden membaca klaim pada kemasan produk minuman dan 98% responden memilih membeli produk minuman dengan klaim kandungan zat gizi dibandingkan dengan produk minuman tanpa klaim kandungan zat gizi dikarenakan faktor kesehatan. Usia responden dapat menentukan keputusan pembelian produk. Jenis kelamin, pendapatan dan riwayat penyakit responden berpengaruh signifikan terhadap frekuensi konsumsi. Biaya yang dikeluarkan untuk konsumsi produk minuman dengan klaim kandungan zat gizi berkorelasi positif dengan pendapatan responden.

Kata kunci: klaim kandungan zat gizi, persepsi, produk minuman.

**CONSUMER PERCEPTION OF NUTRITION CONTENT CLAIMS ON  
BEVERAGE PRODUCTS**

Anissa Intan Iswara

---

**ABSTRACT**

*Consumers nowadays have more awareness of healthy foods to avoid health-related problems, therefore industries have included nutrition claims on their products. The aim of this study was to determine consumer perception of nutrition content claims on beverage products. The observed factors were knowledge and consumption habits, consumer attitude and purchasing decision towards nutrition content claims on beverage products. These factors were analyzed using descriptive tests, Principal Component Analysis, Agglomerative Hierarchical Clustering, Chi-Square test and Rank Spearman. Based on the result, 99% of respondents know and consume beverages with nutrition content claims, 86% of respondents read claims on beverage packaging and 98% of respondents choose to buy beverage products with nutrition content claims compared to beverage product without claims due to health factors. There was a significant statistical relationship between gender, income and health problems with consumer interest in nutrition content claims. In addition, there was a significant relationship between age and purchase decision. Nutrition content claims influence consumer's perception and purchase intention especially for those who were more concerned about their health. Gender, income and health problems had a significant statistical relationship with frequency of consumption of nutrition content claims on beverage products. The costs incurred for the consumption of beverage products with claims of nutrient content were positively correlated with income of respondents.*

*Keywords: beverage products, nutrition content claims, perception.*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1. 1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan penelitian .....	5
<b>II. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>6</b>
3.1 Kerangka Konsep Penelitian .....	6
3.2 Populasi dan Sampel.....	6
3.3 Instrumen Penelitian (Kuesioner).....	7
3.4 Uji Coba Instrumen Penelitian .....	8
3.5 Pengumpulan dan Analisis Data.....	8
<b>III. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>10</b>
3.1 Demografi Responden.....	10
3.2 Pengetahuan dan Sikap Konsumen Mengenai Klaim Kandungan Zat Gizi pada Produk Minuman.....	13
3.2.1 Pengetahuan responden terhadap produk minuman dengan klaim kandungan zat gizi .....	13
3.2.2 Jenis klaim yang menjadi pertimbangan responden .....	14
3.2.3 Tingkat ketertarikan konsumen terhadap klaim kandungan zat gizi pada produk minuman.....	19
3.2.4 Kebiasaan membaca klaim kandungan zat gizi .....	21
3.2.5 Sikap responden terhadap produk minuman dengan klaim kandungan zat gizi.....	22
3.3 Keputusan pembelian .....	24
3.3.1 Alasan Responden.....	26

3.4 Profil Konsumsi Produk Minuman dengan Klaim Kandungan Zat Gizi ....	29
3.4.1 Frekuensi Konsumsi produk minuman dengan klaim kandungan zat gizi .....	29
3.4.2 Cara dan tempat pembelian produk minuman dengan klaim kandungan zat gizi.....	32
3.4.3 Sumber informasi produk minuman dengan klaim kandungan zat gizi	33
3.4.4 Pengeluaran untuk konsumsi produk minuman dengan klaim kandungan zat gizi.....	35
<b>IV. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>37</b>
4.1 Kesimpulan.....	37
4.2 Saran .....	37
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>39</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>46</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Karakteristik responden .....	11
Tabel 2. Jenis klaim kandungan zat gizi .....	14
Tabel 3. Skor rata-rata tingkat kepentingan terhadap jenis klaim kandungan zat gizi pada produk minuman berdasarkan klaster responden .....	18
Tabel 4. Hubungan antara tingkat ketertarikan konsumen dengan profil responden .....	19
Tabel 5. Hasil uji <i>Chi-Square</i> antara profil responden kebiasaan membaca label klaim kandungan zat gizi pada kemasan minuman.....	22
Tabel 6. Hasil uji <i>Chi-Square</i> antara sikap responden terhadap produk minuman dengan klaim kandungan zat gizi dengan keputusan pembelian .....	23
Tabel 7. Hasil uji <i>Chi-Square</i> antara profil responden dengan keputusan pembelian produk minuman dengan kandungan zat gizi.....	25
Tabel 8. Hubungan antara profil responden dengan frekuensi konsumsi produk minuman dengan klaim kandungan zat gizi.....	30
Tabel 9. Hasil uji korelasi <i>Rank Spearman</i> antara faktor ekonomi dan sosio demografi terhadap pengeluaran responden untuk konsumsi produk minuman dengan klaim kandungan zat gizi.....	36

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Kerangka konsep penelitian .....	6
Gambar 2. Persebaran domisili responden (n=1095).....	10
Gambar 3. Pengetahuan responden terhadap klaim kandungan zat gizi (n=1095).....	14
Gambar 4 Grafik Biplot antara komponen utama F1 dan F2.....	16
Gambar 5. Grafik dendogram tingkat kepentingan jenis klaim kandungan zat gizi .....	18
Gambar 6. Kebiasaan responden membaca klaim kandungan zat gizi pada produk minuman.....	21
Gambar 7. Pengaruh produk dengan klaim kandungan zat gizi terhadap keputusan pembelian.....	24
Gambar 8. Alasan responden memilih produk minuman dengan klaim kandungan zat gizi .....	27
Gambar 9. Alasan responden memilih produk minuman tanpa klaim kandungan zat gizi.....	28
Gambar 10. Konsumsi minuman dengan klaim kandungan zat gizi.....	29
Gambar 11. Cara pembelian minuman dengan klaim kandungan zat gizi.....	32
Gambar 12. Sumber informasi mengenai klaim kandungan zat gizi .....	33
Gambar 13. Sumber informasi yang mempengaruhi pembelian.....	34
Gambar 14. Biaya yang dikeluarkan untuk konsumsi minuman berklaim .....	35

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tampilan Survei online menggunakan Google Form.....	46
Lampiran 2. Kuesioner penelitian .....	46
Lampiran 3. Hasil uji <i>Chi-Square</i> antara jenis kelamin dengan tingkat ketertarikan konsumen. ....	52
Lampiran 4. Hasil uji korelasi <i>Rank Spearman</i> antara usia dengan tingkat ketertarikan konsumen. ....	52
Lampiran 5. Hasil uji korelasi <i>Rank Spearman</i> antara pendidikan dengan tingkat ketertarikan konsumen. ....	52
Lampiran 6. Hasil uji korelasi <i>Rank Spearman</i> antara pendapatan dengan tingkat ketertarikan konsumen. ....	53
Lampiran 7. Hasil uji <i>Chi-Square</i> antara riwayat penyakit dengan tingkat ketertarikan konsumen. ....	53
Lampiran 8. Hasil uji <i>Chi-Square</i> antara jenis kelamin dengan kebiasaan membaca klaim kandungan zat gizi pada produk minuman. ....	53
Lampiran 9. Hasil uji <i>Chi-Square</i> antara usia dengan kebiasaan membaca klaim kandungan zat gizi pada produk minuman.....	54
Lampiran 10. Hasil uji <i>Chi-Square</i> antara pendidikan dengan kebiasaan membaca klaim kandungan zat gizi pada produk minuman. ....	54
Lampiran 11. Hasil uji <i>Chi-Square</i> antara pendapatan dengan kebiasaan membaca klaim kandungan zat gizi pada produk minuman. ....	54
Lampiran 12. Hasil uji <i>Chi-Square</i> antara riwayat penyakit dengan kebiasaan membaca klaim kandungan zat gizi pada produk minuman .....	55
Lampiran 13. Hasil uji <i>Chi-Square</i> antara Jenis kelamin dengan keputusan pembelian produk minuman dengan klaim kandungan zat gizi.....	55
Lampiran 14. Hasil uji <i>Chi-Square</i> antara usia dengan keputusan pembelian produk minuman dengan klaim kandungan zat gizi.....	55
Lampiran 15. Hasil uji <i>Chi-Square</i> antara pendidikan dengan keputusan pembelian produk minuman dengan klaim kandungan zat gizi .....	56
Lampiran 16. Hasil uji <i>Chi-Square</i> antara pendapatan dengan keputusan pembelian produk minuman dengan klaim kandungan zat gizi .....	56
Lampiran 17. Hasil uji <i>Chi-Square</i> antara riwayat penyakit dengan keputusan pembelian produk minuman dengan klaim kandungan zat gizi.....	56
Lampiran 18. Hasil uji <i>Chi-Square</i> antara sikap responden terhadap keputusan pembelian produk minuman dengan klaim kandungan zat gizi.....	57
Lampiran 19. Hasil uji <i>Chi-Square</i> antara jenis kelamin dengan frekuensi konsumsi .....	57
Lampiran 20. Hasil uji <i>Chi-Square</i> antara riwayat penyakit dengan frekuensi konsumsi .....	58
Lampiran 21. Hasil uji korelasi <i>Rank Spearman</i> antara usia dengan frekuensi konsumsi .....	58
Lampiran 22. Hasil uji korelasi <i>Rank Spearman</i> antara pendidikan dengan frekuensi konsumsi .....	59

Lampiran 23. Hasil uji korelasi <i>Rank Spearman</i> antara pendapatan dengan frekuensi konsumsi .....	59
Lampiran 24. Hasil uji korelasi <i>Rank Spearman</i> antara usia dengan pengeluaran responden .....	59
Lampiran 25. Hasil uji korelasi <i>Rank Spearman</i> antara pendapatan dengan pengeluaran responden.....	60
Lampiran 26. Hasil uji korelasi <i>Rank Spearman</i> antara pendidikan dengan pengeluaran responden.....	60