

## ABSTRAK

### HUBUNGAN PENGETAHUAN TENTANG LOGO “PILIHAN LEBIH SEHAT” DAN LABEL INFORMASI NILAI GIZI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MI INSTAN PADA MAHASISWA DI KABUPATEN BANYUMAS

**Latar Belakang:** Logo “pilihan lebih sehat” dan informasi nilai gizi merupakan label pangan yang dibuat untuk mempermudah konsumen dalam memilih produk sesuai dengan kebutuhan. Keputusan pembelian produk dapat dipengaruhi oleh pengetahuan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui hubungan pengetahuan tentang logo “pilihan lebih sehat” dan label informasi nilai gizi terhadap keputusan pembelian mi instan pada mahasiswa.

**Metodologi:** Desain penelitian yang digunakan adalah *cross sectional* dengan sampel 97 mahasiswa aktif berusia 20-24 tahun di Wilayah Perkotaan Banyumas yang dipilih secara *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan pengisian kuesioner secara *offline*.

**Hasil Penelitian:** Hasil analisis univariat menunjukkan mayoritas responden memiliki pengetahuan tentang logo “pilihan lebih sehat” tinggi (53%), pengetahuan label informasi nilai gizi tinggi (58%), dan keputusan pembelian tinggi (52%). Hasil analisis uji *Chi-Square* menunjukkan pengetahuan tentang logo “pilihan lebih sehat” tidak berhubungan terhadap keputusan pembelian mi instan pada mahasiswa ( $p=0,907$ ) dan pengetahuan tentang informasi nilai gizi berhubungan terhadap keputusan pembelian mi instan pada mahasiswa ( $p=0,003$ ).

**Kesimpulan:** Tidak terdapat hubungan pengetahuan logo “pilihan lebih sehat” terhadap keputusan pembelian mi instan pada mahasiswa, namun terdapat hubungan pengetahuan informasi nilai gizi berhubungan terhadap keputusan pembelian mi instan pada mahasiswa.

**Kata Kunci:** Pengetahuan, keputusan pembelian, mi instan



## ABSTRACT

### THE CORRELATION OF KNOWLEDGE ABOUT THE "HEALTHIER CHOICE" LOGO AND NUTRITION FACT LABELING ON INSTANT NOODLE PURCHASING DECISIONS IN STUDENTS AT BANYUMAS DISTRICT

**Background:** The “healthier choice” logo and nutrition facts food labels made to make it easier for consumers to choose products according to their needs. Product purchasing decisions can be influenced by consumer knowledge. The aim of this study was to determine whether the correlation between knowledge about the “healthier choices” logo and nutrition facts label on instant noodle purchasing decisions among students.

**Methodology:** This research used was Cross Sectional with sample of 97 active students aged 20-24 years in Banyumas Urban Area selected by purposive sampling. Data collection was done by filling out questionnaires offline.

**Results:** The results of univariate analysis showed that the majority of respondents had high knowledge of the "healthier choices" logo (53%), high knowledge of nutrition fact labels (58%), and high purchasing decisions (52%). The results of the Chi-Square test analysis show that knowledge of the "healthier choices" logo is not related to the decision to buy instant noodles in students ( $p=0.907$ ) and knowledge of nutrition fact is related to the decision to buy instant noodles in students ( $p=0.003$ ).

**Conclusion:** There is no correlation between knowledge of the "healthier choice" logo and instant noodle purchasing decisions among students, but there is a correlation between knowledge of nutrition fact and instant noodle purchasing decisions among students.

**Keywords:** Knowledge, purchase decision, instant noodles

