

**PENGARUH DAYA INFORMATIF LABEL TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK PANGAN
BERAS KEMASAN**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana (S1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang**



Disusun oleh :

Martin Evandi Loadinata

20.D1.0055

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2024

ABSTRAK

Produk pangan saat ini dilengkapi label yang berisi informasi terkait dengan produk. Salah satu produk pangan yang mengalami perubahan (dahulu tidak berlabel) adalah produk pangan beras kemasan. Label yang ada ditujukan untuk memberikan informasi sehingga dapat mempermudah konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara daya informatif label dalam keputusan pembelian konsumen produk pangan beras kemasan.

Populasi penelitian ini adalah wanita yang mengambil keputusan dalam membeli dan / atau mengkonsumsi produk pangan beras kemasan. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 orang konsumen yang berada di supermarket (Hypermart Mall Paragon) kota Semarang.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat hubungan antara daya informatif label pada keputusan pembelian konsumen produk pangan beras kemasan. Hadirnya informasi yang lengkap pada produk beras mempermudah seseorang dalam memilih produk yang tepat dan dapat berpengaruh pada keputusan pembelian. Label kemasan beras yang lengkap dapat menggambarkan kualitas beras sehingga mempermudah konsumen dalam membuat keputusan pembelian produk pangan beras kemasan yang tepat sasaran.

Kata kunci : daya informatif label, keputusan pembelian, produk pangan beras kemasan