

Hubungan Karakteristik Individu, dan Pengetahuan, Dengan Kebiasaan Membaca Label Produk Pangan Kemasan Pada Konsumen di Minimarket Kota Bengkulu

Yolanda¹, Erina Masri, M. Biomed², Dezi Ilham, M. Biomed³

¹ Program Studi Gizi, Fakultas Ilmu-Ilmu Kesehatan, Universitas Perintis Indonesia

Author's Email Correspondence (*): Universitas@upertis.ac.id

Abstrak

Hasil survei Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen (94,3%) di Indonesia mempunyai kebiasaan membaca label produk pangan kemasan yang masih sangat rendah. Dari survei yang telah dilakukan pada tahun 2022 di Minimarket Kota Bengkulu diketahui 70% konsumen mempunyai pengetahuan dan kebiasaan membaca label produk pangan kemasan pada konsumen masih sangat rendah. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Hubungan Karakteristik Individu dan Pengetahuan Dengan Kebiasaan Membaca Label Produk Pangan Kemasan Pada Konsumen Di Minimarket Kota Bengkulu. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan desain penelitian *cross sectional*. Sampel diambil dengan menggunakan *purposive sampling*. Jumlah sampel sebanyak 97 responden yang memenuhi kriteria inklusi. Data karakteristik individu, pengetahuan dan kebiasaan membaca label diketahui dengan daftar pertanyaan menggunakan alat bantu kuesioner. Analisis data menggunakan uji *Chi-square*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 59,8% konsumen jarang membaca label produk pangan kemasan. Jenis zat gizi yang sering dibaca konsumen yaitu lemak 37,1%, mengontrol berat badan adalah salah satu alasan konsumen membaca label produk pangan 14,4%, produk pangan yg sering dibeli konsumen yaitu biskuit 39,2%, sebagian kecil dari konsumen beralasan karena tidak paham/tidak mengerti fungsi label produk pangan kemasan 44,3%. Sebanyak 59,8% konsumen yang membaca label tidak mempengaruhi konsumen untuk memilih suatu produk pangan kemasan. Lebih dari sebagian dari konsumen (60,8%) memiliki tingkat pendidikan rendah, lebih dari sebagian dari konsumen (56,7%) memiliki pengetahuan yang kurang. Tingkat pendidikan dan pengetahuan berhubungan dengan dengan kebiasaan membaca label produk pangan kemasan pada konsumen minimarket di kota Bengkulu ($p < 0,005$).

Kata Kunci: Pendidikan, Pengetahuan, Label Produk Pangan Kemasan

Abstract

The survey results from the National Consumer Protection Agency (BPKN) show that most consumers (94.3%) in Indonesia have a very low habit of reading packaged food product labels. From the survey that was conducted in 2022 at the Bengkulu City Minimarket, it was found that 70% of consumers had very low knowledge and the habit of reading packaged food product labels. The purpose of this study was to determine the relationship between individual characteristics and knowledge with the habit of reading packaged food product labels for consumers in minimarkets in Bengkulu City. This type of research is quantitative with a cross-sectional research design. Samples were taken using purposive sampling. The number of samples is 97 respondents who meet the inclusion criteria. Data on individual characteristics, knowledge and habit of reading labels is known by a list of questions using a questionnaire tool. Data analysis used the Chi-square test. The results of this study indicated that 59.8% of consumers rarely read packaged food product labels. The types of nutrients that consumers often read are fat 37.1%, controlling body weight is one of the reasons consumers read food product labels 14.4%, food products that consumers often buy are biscuits 39.2%, a small proportion of consumers that they do not understand / did not understand the function of packaged food product labels 44.3%. As much as 59.8% of consumers who read labels do not influence consumers to choose a packaged food product. More than half of consumers (60.8%) have a low level of education, and more than half of consumers (56.7%) have less knowledge. The level of education and knowledge is related to the habit of reading packaged food product labels among minimarket consumers in Bengkulu city ($p < 0.005$).

Keywords: Education, Knowledge, Packaged Food Product Labels

I. PENDAHULUAN

Survei mengenai perilaku membaca label pangan telah diselenggarakan di beberapa negara, diantaranya Inggris, Amerika, dan Indonesia. Hasil survei dari ketiga negara tersebut menunjukkan bahwa kepatuhan membaca label pangan di Indonesia paling rendah. Sebesar 50% konsumen di Inggris selalu membaca label saat membeli produk terlebih pada label gizi. Hal tersebut dilaporkan oleh *Food Standards Agency* pada tahun 2008. Melalui *Health and Diet Survei* yang dilakukan di Amerika, sebesar 54% konsumen patuh membaca label pangan. Sebagian besar informasi yang dibaca mengarah pada kandungan kalori dan zat gizi lain (FDA, 2010) (Fatmaningtyas & Andrias, 2016).

Survei yang dilakukan BPKN (2007) menunjukkan bahwa 94,3% konsumen Indonesia tidak patuh membaca label pangan. Hanya 6,7% konsumen yang patuh membaca label pangan. Padahal fungsi label pangan sebagai informasi pertama yang dapat dinilai oleh konsumen mengenai suatu produk pangan. Keputusan konsumen untuk membeli atau mengkonsumsi suatu produk dapat dilakukan setelah membaca label yang tercantum pada kemasan (BPOM, 2009) (Fatmaningtyas & Andrias, 2016).

Keterampilan membaca label gizi ini memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap penggunaan label gizi dimana konsumen yang mampu untuk mengambil informasi dari label gizi akan lebih menggunakan label tersebut (Drichoutis, et.al., 2008)(Fatmaningtyas & Andrias, 2016).

Informasi yang harus terdapat pada setiap kemasan produk makanan adalah nama produk, berat bersih produk, bahan baku, tanggal kadaluwarsa, tempat produksi, dan kandungan gizi. Hal ini berkaitan dengan keamanan konsumen dalam mengonsumsi suatu produk. Pengetahuan mengenai cara membaca label pangan dianggap menjadi suatu hal penting agar konsumen bijak dalam memilih makanan yang akan dikonsumsi (Novitamanda et al., 2020).

Konsumen muslim dapat memastikan produk mana saja yang boleh mereka konsumsi, yaitu produk yang memiliki dan mencantumkan label halal pada kemasannya. Konsumen Muslim berhati-hati dalam memutuskan untuk mengonsumsi atau tidak produk-produk tanpa label halal tersebut dan membeli produk-produk yang berlabel halal atau tidak merupakan hak konsumen itu sendiri. Dari sisi konsumen tentu saja mempunyai persepsi yang berbeda dalam memutuskan membeli suatu produk(Murni & Fajrina, 2021).

ALG (Acuan label gizi) digunakan untuk menghitung persentase AKG dalam pencantuman informasi nilai gizi. Beragam strategi yang dikeluarkan oleh pemerintah untuk menurunkan prevalensi penyakit tidak menular. Salah satu strategi tersebut diantaranya kebijakan- kebijakan pencantuman informasi nilai gizi pada label pangan olahan. Label informasi nilai gizi ini berfungsi agar konsumen dapat memilih pangan olahan sesuai kebutuhan gizinya (Badan POM, 2019; Badan POM RI, 2011).

Faktor usia dan jenis kelamin merupakan salah satu karakteristik individu yang berhubungan dengan membaca informasi nilai gizi pada label kemasan. Hasil penelitian yang menyatakan bahwa semakin bertambahnya usia semakin meningkatnya jumlah konsumen yang membaca informasi nilai gizi untuk memilih produk makanan kemasan yang sehat (Devi dkk., 2013).

Dilihat berdasarkan tingkat pendidikan (Castillo dkk., 2015) 39,5% responden yang selalu membaca informasi nilai gizi label pangan kemasan memiliki tingkat pendidikan tinggi. Sejalan dengan penelitian Gongora dkk., (2012) terdapat hubungan yang signifikan antara responden dengan tingkat pendidikan SMA/ sederajat hingga sarjana dengan membaca label gizi ($P < 0,05$). Penelitian Besler dkk., (2012) terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan konsumen dengan membaca label gizi pada kemasan pangan (Besler dkk., 2012).

Pengetahuan mengenai label gizi sangat mempengaruhi seseorang untuk membaca label sebagai perilaku mencari informasi mengenai gizi pada kemasan. Mengerti atau memahami isi label gizi pada kemasan merupakan faktor yang sangat mempengaruhi konsumen untuk membaca label kemasan. Hasil penelitian Grunert & Wills (2010) menyatakan bahwa konsumen tidak banyak yang memahami maksud dari persen, istilah dan standar label gizi itu sendiri. Hasil dari beberapa penelitian yang menyatakan bahwa rata-rata pemahaman konsumen masih sangat rendah, terdapat 32% menjawab benar zat gizi apa saja yang tertera pada label gizi tersebut akan tetapi konsumen tidak mengerti dan memahami label gizi tersebut (Mhurchu, 2007).

Meskipun demikian, banyak sekali konsumen mengalami kesulitan memahami label informasi nilai gizi. Pengetahuan yang rendah menjadi salah satu hambatan konsumen untuk memahami dan menafsirkan label informasi nilai gizi sehingga berdampak terhadap ketidakmampuan atau kesulitan konsumen untuk memilih pangan yang sesuai dengan kebutuhan gizinya (McLean & Hoek, 2014). Penggunaan label informasi nilai gizi dapat menjadi mekanisme seseorang untuk membuat keputusan memilih pangan yang lebih sehat dan bergizi (Cannoosamy & Jeewon, 2016).

Konsumsi makanan kemasan sudah menjadi gaya hidup terutama bagi masyarakat perkotaan. Makanan kemasan kini lebih berkembang bahkan untuk golongan tertentu seperti bayi dan balita. Konsumsi pangan olahan yang mengandung gula, garam, lemak berlebihan dapat menjadi salah satu kontributor signifikan terhadap penyakit tidak menular, konsumsi pangan yang mengandung natrium berlebih disinyalir dapat memberikan dampak terhadap kesehatan. Program Penurunan asupan garam dalam upaya menurunkan penyakit tidak menular merupakan intervensi kesehatan masyarakat yang efektif secara biaya (Farrand et al., 2017).

Berdasarkan hasil penelitian ini terhadap 97 orang pengunjung di 2 minimarket di Kota Bengkulu didapatkan bahwa (56,7%) konsumen memiliki pengetahuan yang kurang dan jarang membaca label produk pangan kemasan sebelum menempatkan produk kemasan kedalam keranjang belanja konsumen.

II. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, desain penelitian *cross sectional*. Variabel independent dan dependen diambil datanya pada saat yang bersamaan. Variabel independent terdiri dari (karakteristik individu dan pengetahuan). Variabel dependen adalah (kebiasaan membaca label produk pangan kemasan). Penelitian dilaksanakan pada bulan september – november 2022 di mini market Kota Bengkulu. Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian populasinya adalah pengunjung yang membeli produk kemasan di mini market Kota Bengkulu. Yang dijadikan sampel adalah kriteria atau ciri- ciri yang perlu dipenuhi oleh setiap anggota populasi yang dapat diambil sebagai sampel dengan teknik *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu: 1. anggota populasi yang memenuhi kriteria peneliti terbatas jumlahnya, 2. peneliti memiliki pengetahuan yang cukup untuk membuat kriteria -kriteria dalam pemilihan sampel sehingga sampel yang dipilih telah memenuhi tujuan peneliti, Sugiyono (2010) Kriteria inklusi pada penelitian ini yaitu: 1. Berusia 26-45 tahun (dewasa awal dan dewasa akhir), 2. Jenis produk pangan yang dibeli seperti susu, biskuit, bubur, sereal yang di konsumsi bayi dan balita.

III. HASIL

Gambaran Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan di wilayah minimarket Kota Bengkulu tentang hubungan karakteristik individu, dan pengetahuan dengan kebiasaan membaca label produk pangan kemasan pada konsumen di Minimarket Kota Bengkulu.

Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Kebiasaan Membaca Label Produk Pangan Kemasan Pada Konsumen di Mini Market Kota Bengkulu

Kebiasaan Membaca Label	Frekuensi	Persentase (%)
Jarang	58	59,8
Sering	39	40,2
Total	97	100

Berdasarkan tabel 4.3 diatas diketahui bahwa lebih dari sebagian responden (59,8%) jarang membaca label. Jarang di kategorikan menjadi 2 kelompok yang terdiri dari tidak pernah dan jarang.

Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Usia Pada Konsumen di Mini Market Kota Bengkulu

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
26-35(dewasa awal)	88	90,7
36-45(dewasa akhir)	9	9,3
Total	97	100

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebagian besar responden (90,7%) dalam kategori usia dewasa awal yaitu berusia 26-35 tahun.

Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Pada Konsumen di Mini Market Kota Bengkulu

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	35	36,1
Perempuan	62	63,9
Total	97	100

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebagian responden berjenis kelamin perempuan yaitu (63,9%).

Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Tingkat Pendidikan Pada Konsumen di Mini Market Kota Bengkulu

Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
Rendah	59	60,8
Tinggi	38	39,2
Total	97	100

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa lebih dari sebagian responden (60,8%) memiliki tingkat Pendidikan rendah.

Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Pengetahuan Pada Konsumen di Mini Market Kota Bengkulu

Pengetahuan	Frekuensi	Persentase (%)
Baik	20	20,6
Cukup	22	22,7
Kurang	55	56,7
Total	97	100

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebagian dari responden (56,7%) memiliki pengetahuan yang kurang.

Analisis Bivariat

Tabel 4.8 Hubungan Usia dengan Kebiasaan Membaca Label Produk Pangan Kemasan Pada Konsumen di Mini Market Kota Bengkulu

Usia	Kebiasaan Membaca Label				Total		<i>p-value</i>
	Jarang		Sering				
	n	%	n	%	n	%	
26-35(dewasa awal)	51	58,0	37	42,0	88	100	0,307
36-45(dewasa akhir)	7	77,8	2	22,2	9	100	
Total	58	59,8	39	40,2	97	100	

Berdasarkan hasil uji statistik pada tabel 4.8 di atas, diketahui bahwa konsumen yang jarang membaca label gizi lebih banyak pada kelompok usia 36-45 tahun (dewasa akhir) (77,8%), di bandingkan dengan usia 26-35 tahun (dewasa awal) (58,0%), Dilihat berdasarkan nilai *p-value* yaitu 0,307 ($P > 0,05$) dapat di artikan bahwa tidak terdapat hubungan yg signifikan antara usia dengan kebiasaan membaca label produk pangan kemasan pada konsumen di 2 Minimarket di Kota Bengkulu.

Tabel 4.9 Hubungan Jenis Kelamin dengan Kebiasaan Membaca Label Produk Pangan Kemasan Pada Konsumen di Mini Market Kota Bengkulu

Jenis Kelamin	Kebiasaan Membaca Label				Total		<i>p-value</i>
	Jarang		Sering				
	n	%	n	%	n	%	
Laki-laki	24	68,6	11	31,4	35	100	0,185
Perempuan	34	54,8	28	45,2	62	100	
Total	58	59,8	39	40,2	97	100	

Berdasarkan hasil uji statistik 4.9 di atas, diketahui bahwa konsumen dengan jenis kelamin laki-laki lebih jarang membaca label (68,6%), di

bandingkan dengan konsumen perempuan (54,8%) dengan nilai *p-value* yang didapatkan yaitu 0,185 ($P>0,05$) dapat di artikan bahwa tidak terdapat hubungan antara jenis kelamin dengan kebiasaan membaca label produk pangan kemasan di 2 Minimarket di Kota Bengkulu.

Tabel 4.10 Hubungan Tingkat Pendidikan dengan Kebiasaan Membaca Label Produk Pangan Kemasan Pada Konsumen di Mini Market Kota Bengkulu

Tingkat Pendidikan	Kebiasaan Membaca Label				Total		<i>p-value</i>
	Jarang		Sering		n	%	
	n	%	n	%			
Rendah	57	96,6	2	3,4	59	100	0,00
Tinggi	1	2,6	37	97,4	38	100	
Total	58	59,8	39	40,2	97	100	

Berdasarkan hasil uji statistik 4.10 di atas diketahui bahwa konsumen dengan Pendidikan rendah lebih jarang membaca label (96,6%), di bandingkan dengan Pendidikan tinggi (2,6%), nilai *p-value* =0,00 ($P<0,05$) dapat di artikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat Pendidikan dengan kebiasaan membaca label produk pangan kemasan di 2 Minimarket di Kota Bengkulu.

Tabel 4.11 Hubungan Pengetahuan dengan Kebiasaan Membaca Label Produk Pangan Kemasan Pada Konsumen di Mini Market Kota Bengkulu

Pengetahuan	Kebiasaan Membaca Label				Total		<i>p-value</i>
	Jarang		Sering		n	%	
	n	%	n	%			
Baik	2	10,0	18	90,0	20	100	0,00
Cukup	3	13,6	19	86,4	22	100	
Kurang	53	96,4	2	3,6	55	100	
Total	58	59,8	39	40,2	97	100	

Berdasarkan hasil uji statistik pada tabel 4.11 di atas, diketahui bahwa konsumen dengan pengetahuan baik (10,0%) lebih jarang membaca label dibandingkan dengan pengetahuan cukup (13,6), kurang (96,4%). Nilai *p-value* =0,00($P < 0,05$) dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan dengan kebiasaan membaca label produk pangan kemasan di 2 Minimarket di Kota Bengkulu.

IV. PEMBAHASAN

Kebiasaan Membaca Label Produk Pangan Kemasan di Mini Market Kota Bengkulu

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan kebiasaan konsumen terhadap membaca label produk pangan kemasan di 2 Minimarket di Kota Bengkulu di dapatkan bahwa pada 2 kategori membaca label produk pangan kemasan terdapat banyak konsumen pada kategori jarang membaca label produk pangan kemasan yaitu sebesar (59,8%) dan yang kategori sering sebesar (40,2%). Sejalan dengan penelitian Liu dkk.,(2015) yang menyatakan bahwa konsumen jarang membaca label produk pangan kemasan (55,5%).

Dilihat juga hasil statistik alasan responden jarang membaca label produk pangan kemasan sebagian kecil alasan konsumen menjawab karna tidak paham atau tidak mengerti sebesar (44,3%). Hal ini dapat menggambarkan bahwa responden yang jarang membaca label di karenakan responden tidak paham/mengerti mengenai label produk pangan kemasan dan pengetahuan terhadap label produk pangan.

Diketahui bahwa distribusi jawaban konsumen yang sebagian besar di jawab benar yaitu jumlah takaran saji (100%), jumlah lemak total (100%), kandungan gula pada produk pangan kemasan (78,4%). Hampir separuh responden (46,4%) menjawab benar pada aspek kehalalan produk pangan kemasan. Distribusi jawaban responden yang sebagian besar di jawab salah yaitu zat pengawet pada produk pangan kemasan (81,4%), maksud dari persentase AKG (93,8%).

Hubungan Antara Usia Dengan Kebiasaan Membaca Label Produk Pangan Kemasan

Hasil penelitian ini menunjukkan tidak terdapat hubungan yang signifikan antara usia dengan kebiasaan membaca label produk pangan kemasan. Usia merupakan salah satu faktor yang sering digunakan untuk melihat sejauh mana individu tersebut dapat menentukan kesehatannya. Secara biologis usia di bagi menjadi beberapa kelompok usia dewasa awal dan akhir yaitu usia dewasa awal 26-35 dan dewasa akhir 36-45, dimana usia tersebut merupakan usia yang matang dalam menentukan informasi yang dapat mempengaruhi suatu tindakan (Depkes,2009).

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa sebagian besar konsumen pada kelompok usia 26-35 tahun yaitu (90,7%) Responden yang didapat ini lebih banyak pada usia dewasa awal. Kelompok usia 36-45 lebih jarang membaca label produk pangan di bandingkan dengan umur 26 tahun ke atas. Sejalan dengan hasil penelitian Gonggoro dkk (2012) yang menyatakan tidak terdapat hubungan yang signifikan antara usia dengan kebiasaan membaca label dengan nilai p-value=0,749).

Menurut peneliti mengapa tidak terdapat hubungan usia dengan kebiasaan membaca label adalah karena usia tidak menjadi tolak ukur seseorang mempunyai pengetahuan yang baik dan kesadaran yang baik dalam membaca label dan menurut analisis pengetahuan pada konsumen yang lebih tua, mereka lebih sedikit membaca label informasi nilai gizi, dikarenakan menganggap label tersebut cukup sulit untuk dimengerti dan dipahami. Menurut Grossman (1972) dalam Nayga (1996), sejalan dengan bertambahnya usia akan terjadi penurunan status kesehatan /penglihatan. Hal tersebut akan menyebabkan mereka lebih sulit untuk membaca label produk pangan kemasan.

Usia dapat mempengaruhi konsumen dalam membaca label informasi nilai gizi. Akan tetapi, pengaruh yang ditimbulkan menunjukkan hasil yang berbeda-beda (Drichoutis, Lazaradis, dan Nayga, 2006). Sebagian besar penelitian menemukan bahwa usia yang lebih muda cenderung lebih membaca label informasi nilai gizi dibandingkan usia yang lebih tua (Campos, Doxey, dan Hammond., 2011).

Hubungan Antara Jenis Kelamin Dengan Kebiasaan Membaca Label Produk Pangan Kemasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara jenis kelamin dengan kebiasaan membaca label produk pangan kemasan. Hasil penelitian ini diketahui persentase responden yang berjenis kelamin laki-laki lebih sedikit dibandingkan perempuan yakni sebesar (36,1%) dibandingkan responden perempuan yakni sebesar (63,9%). Hal ini dikarenakan sebagian besar konsumen banyak ditemui dan sering berbelanja yakni adalah konsumen perempuan. Berdasarkan hasil uji statistik diketahui bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak dari konsumen berjenis kelamin laki-laki. Laki-laki lebih jarang membaca label produk pangan kemasan (68,6) dibandingkan dengan jenis kelamin perempuan (54,8%).

Hasil penelitian Castillo dkk (2015) dan Gongora dkk (2012) dimana persentase laki-laki lebih sedikit dalam memperhatikan label pangan. yaitu dari 178 jumlah responden perempuan hanya 80 (44,9%) diantaranya selalu membaca label produk pangan kemasan sedangkan 121 jumlah laki-laki sisanya hanya 36 (29,8%) yang selalu membaca label produk pangan kemasan.

Sejalan juga pada penelitian Nurhasanah (2013), yang menyatakan membaca label produk pangan kemasan pada kategori kurang sebanyak 50.8% laki-laki dan 53.8% perempuan dengan $p=0,875$ yang artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara jenis kelamin dengan kebiasaan membaca label informasi nilai gizi.

Hasil penelitian bertentangan dengan hasil penelitian (Castillo dkk., 2015) yang menyatakan terdapat hubungan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan dalam membaca label gizi.

Menurut peneliti mengapa tidak terdapat hubungan antara jenis kelamin dengan kebiasaan membaca label produk pangan kemasan karena distribusi responden yang kurang heterogen, dimana sebagian responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan. Hasil yang diperoleh pada penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sumarwan et al., (2017), yang menunjukkan hasil bahwa perempuan lebih memungkinkan untuk membaca label kemasan pangan dibandingkan laki-laki. Hal ini membuktikan bahwa tidak terdapat hubungan jenis kelamin dalam membaca label produk pangan kemasan.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Zahara (2009), dimana dalam penelitian tersebut responden laki-laki yang memiliki kecenderungan patuh membaca label informasi nilai gizi dibandingkan perempuan. Akan tetapi, kecenderungan dari hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Mannel, et al. (2006) di Perancis, dimana 56% dari seluruh responden perempuan membaca label informasi nilai gizi sedangkan pada responden laki-laki hanya 25% yang membaca label informasi nilai gizi. Hal serupa juga didapatkan dari penelitian Nayga (1996), Kim, Nayga, dan Capps. (2001), Drichoutis et al., (2008), Campos, Doxey dan Hammond (2011), serta Drichoutis, Lazaradis, dan Nayga (2006), dimana secara umum perempuan cenderung lebih menggunakan label informasi nilai gizi dibandingkan laki-laki.

Kurangnya kepatuhan membaca label informasi pada laki-laki, menurut Nayga (1996) karena laki-laki tidak terlalu tertarik pada topik mengenai kandungan gizi dan kesehatan dibandingkan dengan perempuan. Kemudian Nayga (1999) dalam penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap label produk makanan, menemukan bahwa laki-laki kurang setuju terhadap pernyataan mengenai kegunaan label informasi nilai gizi, serta kepentingan dan kemudahan yang didapatkan jika menggunakan label yang terdapat pada kemasan produk. Kondisi ini berbeda pada perempuan, dimana menurut Worsley (2003) dalam Campos, Doxey, dan Hammond (2011) perempuan mempercayai informasi yang terdapat dalam label tersebut. Hal tersebut kemungkinan menjadi penyebab kurangnya penggunaan label informasi nilai gizi pada laki-laki dan lebih banyaknya penggunaan label tersebut di kalangan perempuan. Hasil penelitian Ari (2012) menunjukkan juga bahwa Tidak terdapatnya hubungan yang signifikan antara jenis kelamin dengan kepatuhan membaca label informasi nilai gizi diperkirakan terjadi karena distribusi responden yang kurang heterogen, dimana sebagian besar responden adalah perempuan.

Hubungan Antara Tingkat Pendidikan Dengan Kebiasaan Membaca Label Produk Pangan Kemasan

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat Pendidikan dengan kebiasaan membaca label produk pangan kemasan. Hasil penelitian ini mendapatkan bahwa responden dengan pendidikan tinggi (39,2%) dimana terdapat bidang S1 pendidikan dan S1 hukum, akuntansi dan manajemen dan terdapat pula D3 dan S1

bidang kesehatan yakni analisis kesehatan, kebidanan, keperawatan, gizi, dan kesehatan masyarakat dimana terdapat perbedaan antara pengetahuan S1 bidang Pendidikan dengan bidang kesehatan, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bidang kesehatan mempunyai pengetahuan yang lebih baik di bandingkan dengan bidang umum. Menurut Lin W (2005) dan Nayga (1996) dalam Cannoosamy (2014) pendidikan mempengaruhi tingkat pengetahuan seseorang. Dimana level pendidikan yang tinggi selalu berhubungan dengan tingkat pengetahuan yang tinggi pula.

Menurut peneliti mengapa terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan dengan kebiasaan membaca label produk pangan kemasan karena pendidikan sangat mempengaruhi kebiasaan membaca label karena seseorang yang memiliki pendidikan tinggi maka cenderung akan lebih memperhatikan label begitupun sebaliknya. Menurut penelitian yang dilakukan (Drichoutis dkk., 2006) tingkat Pendidikan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat pemahaman dan intensitas penggunaan label produk pangan kemasan.

Hal ini senada dengan penelitian Campos et al. (2010) yang menyebutkan bahwa kebiasaan membaca label juga dipengaruhi oleh pendidikan. IFIC (2012) menyampaikan bahwa, informasi terkait kesehatan berkorelasi dengan tingkat pendidikan. Konsumen yang memiliki pendidikan tinggi bidang kesehatan memberikan perhatian yang lebih terhadap informasi-informasi tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Kozelova et al. (2012) melaporkan, mayoritas konsumen mengetahui informasi pada label. Ketepatan jawaban kuesioner dalam penelitian tersebut sangat dipengaruhi tingkat pendidikan (Fadlillah et al., 2015).

Hubungan Antara Pengetahuan Dengan Kebiasaan Membaca Label Produk Pangan Kemasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan dengan kebiasaan membaca label produk pangan kemasan. Diketahui bahwa konsumen dengan pengetahuan baik (10,0%) lebih jarang membaca label produk pangan kemasan dibandingkan dengan konsumen yang mempunyai pengetahuan cukup dan kurang.

Menurut Wahab (2018), beberapa penelitian mengatakan bahwa pengetahuan gizi berperan penting dalam kesadaran membaca label kemasan oleh konsumen. Semakin tinggi pendidikan seseorang, semakin tinggi pula kesadaran untuk membaca label kemasan. Sebagian besar masyarakat berpikir bahwa hal terpenting saat melihat label kemasan adalah tanggal produksi, tanggal kedaluwarsa, dan konten utama dalam produk. Membaca label gizi dan komposisi juga memiliki peran penting seperti jumlah ideal konsumsi, kadar nutrisi, juga jenis komposisi yang akan berhubungan dengan peringatan kesehatan seperti alergi (Yaumu et al., 2022).

Menurut peneliti mengapa terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan dengan kebiasaan membaca label produk pangan kemasan karena pengetahuan merupakan faktor yang sangat menentukan dalam seseorang bersikap dan berperilaku, hal ini pun berlaku dalam kebiasaan membaca label produk pangan kemasan. Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu (2016) menyatakan subjek yang memiliki pengetahuan baik mempunyai peluang 17,7 kali untuk patuh dalam membaca label produk pangan kemasan. Pengetahuan dan kebiasaan membaca label produk pangan kemasan memiliki hubungan yang signifikan. Semakin tinggi pengetahuan, maka akan semakin baik perilaku dalam membaca label gizi ataupun sebaliknya (Nurhasanah, 2013).

Pada penelitian ini sebagian dari responden berpengetahuan kurang terhadap kebiasaan membaca label produk pangan kemasan. Sejalan dengan hasil penelitian Grunert dan Will (2007) bahwa konsumen tidak banyak memahami maksud dari persen, istilah dan standar label gizi itu sendiri, ini merupakan faktor utama konsumen jarang/tidak membaca label produk pada kemasan tersebut.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan dengan judul Hubungan Karakteristik Individu dan Pengetahuan Dengan Kebiasaan Membaca Label Produk Pangan Kemasan di Minimarket Kota Bengkulu di dapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Sebagian dari konsumen (59,8%) di Minimarket Kota Bengkulu jarang membaca label produk pangan kemasan.
 - a. Jenis zat gizi yang sering dibaca oleh konsumen adalah jenis lemak, karbohidrat, protein. Sebagian kecil dari konsumen memilih 4 item alasan dalam membaca label produk pangan kemasan, adapun alasan utamanya mengontrol berat badan dan memilih ukuran porsi yang sesuai selanjutnya alasan yang dipilih oleh konsumen ialah kondisi kesehatan dan memperhatikan makanan anak.
 - b. Sebagian kecil tipe produk yang dibeli oleh konsumen yaitu biskuit. Membaca label produk pangan kemasan lebih banyak tidak mempengaruhi pembelian produk pangan oleh konsumen. Sebagian kecil beralasan karena konsumen tidak paham/tidak mengerti fungsi label produk pangan tersebut dan karena tidak memiliki cukup waktu untuk membaca label produk pangan tersebut.
2. Usia konsumen pada penelitian ini terdapat sebagian besar (90,7%) kelompok usia 26-35 tahun (dewasa awal). Sebagian dari konsumen (63,9%) berjenis kelamin perempuan. Sebagian dari konsumen (60,8%) memiliki Pendidikan yang rendah (SMA, SMP).
3. Separuh dari konsumen (56,7%) memiliki pengetahuan yang kurang.
4. Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara usia dan jenis kelamin dengan kebiasaan membaca label produk pangan kemasan. Terdapat hubungan yang signifikan antara Pendidikan dengan kebiasaan membaca label produk pangan kemasan.
5. Terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan dengan kebiasaan membaca label produk pangan kemasan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada ibu dosen pembimbing dan bapak dosen pembimbing serta penguji yang telah membimbing, memberi kritik dan saran, dalam menyelesaikan penelitian ini, kepada seluruh responden yang telah membantu melengkapi data dalam penelitian ini serta ibu kepala pimpinan Mini Market Kota Bengkulu yang telah memberi perizinan kepada peneliti untuk melakukan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, M. (2018). *MODUL Labeling & Packaging*.
- Arumsari, I., Putri, I. E., & Fitriani, A. (2021). Penyakit Tidak Menular : Peran Gizi Dan Pangan Halal.
- Almatsier, Sunita., 2011. Gizi Seimbang dalam Daur Kehidupan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Arikunto, S 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, Saifuddin. 2000. Reabilitas dan Validitas. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azman, N, & Sahak, S, Z, 2014. 'Nutritional Label and Consumer Buying. Decision: A Preliminary Review', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol. 130, No. -, pp. 490–498.
- AKG. 2013. Angka Kecukupan Gizi Energi, Protein, Lemak, Mineral dan Vitamin yang di Anjurkan Bagi Bangsa Indonesia. Lampiran Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 75 Tahun 2013.
- Ayu, E 2014, 'Pengaruh Pengetahuan dan Sikap Konsumen akan Nutrition Labeling terhadap Minat Beli Produk Makanan Kemasan pada Kelompok Usia 30 tahun di wilayah Kudus' Skripsi, Universitas Kristen Satya Wacana. Jakarta.
- Andarwulan N, Fatmawati S. Formulasi Bubur Bayi Berprotein Tinggi dan Kaya Antioksidan dari Tepung Kecambah Kacang Tunggak (Vigna(unguilucata) untuk Makanan Pendamping ASI. Prosiding Seminar Nasional dan Kongres Perhimpunan Ahli Teknologi Pangan Indonesia.2004.
- Ari. (2012). Hubungan antara kemampuan membaca label informasi nilai gizi, persepsi terhadap rasa produk, dan faktor lain dengan kepatuhan membaca label informasi nilai gizi, Bekasi Tahun 2012.

- BPOM. (2016). Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2016 tentang Acuan Label Gizi. Badan Pengawasan Obat Dan Makanan Republik Indonesia, 1–28.
- Badan POM. (2019). Peraturan Badan POM Nomor 22 Tahun 2019 tentang Informasi Nilai Gizi pada Label Pangan Olahan.
- Badan Perlindungan Konsumen Nasional. 2007. Hasil Kajian BPKN di Bidang Pangan Terkait Perlindungan Konsumen. Tersedia di: <http://www.indonesia.go.id> [diakses 2 Januari 2016].
- BPOM, 2009. Informasi Nilai Gizi Produk Pangan. InfoPom Volume 10 No.5. Jakarta: BPOM.
- Borra, Susan. (2006). Consumer perspectives on food labels. American Journal of Clinical Nutrition.*
- Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia 2005, Tentang Pedoman Pencantuman Informasi Nilai Gizi pada Label Pangan. Jakarta: Kepala BPOM RI.
- Badan Pengawas Obat dan Makanan 2016, Tentang Acuan Label Gizi. Jakarta: Kepala BPOM RI.
- Badan POM RI. (2011). Laporan Tahunan Badan POM RI.
- Badan Penelitian dan Pengembangan Kesehatan RI, Riskesdas dalam Angka Provinsi Banten 2013. Jakarta: Kemenkes, RI Kemenkes, RI (2013).
- BPOM. (2018). Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan No. 31 tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan. Retrieved from 99 https://standarpangan.pom.go.id/dokumen/peraturan/2018/0_dokumen/peraturan/2018/0_PerBPOM_31_Tahun_2018_Label_Pangan_Olahan_31_Jan_2019_Join.pdf.
- Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia, 2015, Tentang Pengawasan Takaran Saji Pangan Olahan. Jakarta: Kepala BPOM RI.
- Besler, H,T, Zehra, B, & Muhemmed F, U, 2012, 'Consumer Understanding and Use of Food and Nutrition Labeling in Turkey. Journal of Nutrition Education and Behavior, Vol 44 No. 6, pp. 584–591.*
- Cannoosamy, K., & Jeewon, R. (2016). A critical assessment of nutrition labelling and determinants of its use and understanding. Progressin Nutrition, 18(3), 195–204.*
- Castillo, L, P, Royo, B, M, A, & Moya, G, A, 2015, 'Information search behaviour, understanding and use of nutrition labeling by residents of Madrid, Spain', Journal Public Health, Vol. 129 No. 3, pp. 226–236.*

- Cannoosamy, K, Pugo, P, & Jeewon, R, 2014, 'Consumer Knowledge and Attitudes Toward Nutritional Label', *Journal of Nutrition Education and Behavior*, Vol -, Number -, pp. 1-7.
- Campos, Sarah, Juliana Doxey, dan David Hammond. (2011). Nutrition labels on pre-packaged foods: a systematic review. *Public Health Nutrition*, vol. 14, Iss. 8, pp. 1496-1506.
- Campos S, Doxey J, Hammond D. 2010. Nutrition Labels on Pre-packaged Foods: A Systematic Review. *Journal of Public Health:1-11*.
- Devi, V, C, Sartono, A, & Isworo, T, J, 2013, 'Konsumen di Pasar Swalayan ADA Setiabudi Semarang', *Jurnal Gizi Universitas Semarang*, Vol. 2, No. 2, hal. 1–12.
- Drichoutis, Andreas C., Panagiotis Lazaradis, Rodolfo M. Nayga, Jr., 2008. *Atheoretical and empirical investigation of nutritional label use. The European Journal of Health Economics*, 9(3): pp.293-304.
- Dricoutis, Lazaridis dan Nagya. 2006. *Nutritional Food Label Use: a theoretical and empirical prespective. 98th ease seminar*.
- Drichoutis, A.C., Lazaridis, P., and Nayga, R.M. 2006. *Consumers' use of nutrition labels: a review of research studies and issues. Dalam: academy of Marketing Science Review*, Vol. 2006, No. 9. URL: <http://www.amsreview.org/articles/drichoutis09-2006.pdf>. (Diakses tanggal 22/03/2013).
- Depkes RI.(2009). *Klasifikasi umur menurut kategori*. Jakarta:Ditjen Yankes.
- Drichoutis, Andreas C., Panagiotis Lazaradis, Rodolfo M. Nayga, Jr, et al. (2008). *A theoretical and empirical investigation of nutritional label use. The European Journal of Health Economics*, vol. 9, no. 3, pp. 293-304.
- Ernawanti, E., Kusnandar, F., & Wulandari, N. (2018). Pemenuhan Persyaratan Label Produk Pangan yang Dijual Secara Online terhadap Peraturan Label Pangan. *Jurnal Mutu Pangan*, 5(1), 50–58. <https://jurnal.ipb.ac.id/index.php/jmpi/article/view/26190>.
- Food Drug and Administration, 2010, Advisory Committe for Pharmaceutical Science. FDA USA, USA.*
- Fatmaningtyas, H., & Andrias, D. R. (2016). Hubungan Pengetahuan dan Keterampilan dengan Kepatuhan Membaca Label Gizi Makanan Kemasan pada Ibu Balita di Kecamatan Rungkut, Surabaya. 3, 160–165. <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/40186>.

- Farrand, C., Charlton, K., Crino, M., Santos, J., Rodriguez-Fernandez, R., Ni Mhurchu, C., & Webster, J. (2017). Know your noodles! assessing variations in sodium content of instant noodles across countries. *Nutrients*, 9(6).
- Fadlillah, H. N., Nuraida, L., Purnomo, E. H., Studi, P., Profesional, M., Pangan, T., Pascasarjana, S., Pertanian Bogor, I., Ilmu, D., & Pertanian, T. (2015). Kepedulian Konsumen terhadap Label dan Informasi Bahan Tambahan Pangan (BTP) pada Label Kemasan Pangan di Kota Bogor Consumer Awareness on Label of Food Packaging and Information of Food Additives in Bogor City. ©JMP2015 *Jurnal Mutu Pangan*, 2(1), 119–126.
- Gongora, V, D, Salvador, V, Guadalupe, R, Marcia, C, Veronica, R & Sergio, M, 2012, ' Use and Understanding of The Nutrition Information Panel of Pre- packaged Foods in a Sample of Mexican Consumers ', *Salud Publica de Mexico*, Vol. 54, No. 2, pp. 158–166.
- Grunert, K, G, Laura, F, Josephine, M, Stefan, S, Liliya, N, 2010, 'Use and Understanding of Nutrition Information on Food Labels in Six European Countries ', *Journal of Public Health*, Vol. 18, No. 3, pp. 261–277.
- [IFIC] International Food Information Council. 2012. 2012 Food & Health Survey Consumer Attitudes Toward Food Safety, Nutrition & Health. <http://www.foodinsight.org/Content/3840/2012%20IFIC%20Food%20and%20Health%20Survey%20Report%20of%20Findings%20%28for%20website%29.pdf> diunduh pada 9 Maret 2015.
- Kensa, V., & Neelamegum, R. (2016). GC-MS Determination of Bioactive Constituents of *Hydrilla verticillata* (L.f.) Royle. Collected from Unpolluted and Polluted Water Sources. *Asian Journal of Biology*, 1(1), 1–6. <https://doi.org/10.9734/ajob/2016/30954>.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kasapila, W & Shawa, P, 2011, 'Use and Understanding of Nutrition Labels Among Consumers in Lilongwe (Malawi)', *African journal of Food, Agriculture, Nutrition and Development*, Vol. 11. No.5, pp. 5171-5186.
- Kozelová, M. Fikselová, S. Dodoková, L. Mura, A. Mendelová, V. Vietoris. 2012. Analysis of Consumer Preferences Focused on Food Additives. *Acta Universitatis Agriculturae Et Silviculturae Mendelianae Brunensis*. LX(6).
- Liu, R, Hoefkens, C & Wim, V, 2015, 'Chinese Consumers ' Understanding and Use of a Food Nutrition Label and Their Determinants ', *Journal Food Quality and Preference*, Vol. 41, No. -, pp. 103-111.
- Lameshow, 1977, *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*, Yogyakarta, UGM.
- McLean, R., & Hoek, J. (2014). Sodium and nutrition labelling: A qualitative study exploring New Zealand consumers' food purchasing behaviours. *Public Health Nutrition*, 17(5), 1138–1146.

- Muttohharoh, 2013, 'Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Kepatuhan Membaca Label Informasi Nilai Gizi, Komposisi dan Kadaluarsa pada Ibu yang memiliki Anak di TK Fatahillah Depok Tahun 2013', Skripsi, Universitas Indonesia. Jakarta.
- Mccutcheon, J. and D. Samples. 2002. Grazing Corn Residues. Extension Fact Sheet Ohio State University Extension. US. ANR10-02.*
- Mannel, Ashley, Patricia Brevard, et al. (2006). French consumers' use of nutrition labels. Nutrition & Food Science, vol. 36, no. 3, pp. 159-168.*
- Murni, S., & Fajrina, N. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 8(2), 47.
- Marinus, Angipora. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mannel, Ashley, Patricia, et al. (2006). French consumer' use of nutrition labels Nutrition, vol. 64, pp. 1991-97.*
- Mhurchu, N, C, & Delvina, G, 2007, 'Nutrition Labels and Claims in New Zealand and Australia: a Review of Use and Understanding', Australian and New Zealand Journal Public Health, Vol. 31, No. 2, pp.105–112.*
- Nurhasanah, 2013, 'Hubungan Persepsi dan Perilaku Konsumen di DKI Jakarta Terhadap Label Gizi Pangan dengan Status Gizi dan Kesehatan', Skripsi, Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Notoadmodjo, S, 2010, 'Metodologi Penelitian', Rineka Cipta, Jakarta.
Notoadmodjo .2012 *Metode Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Novitamanda, A. D., Prayitno, N., & Nurdianty, I. (2020). Information exposure relating with reading behavior on packaged food product among college students in Fikes Uhamka. ARGIPA (Arsip Gizi Dan Pangan), 5(2), 92–99. <https://doi.org/10.22236/argipa.v5i2.3968>.*
- Notoatmodjo, S., 2007. *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nayga. (1996). Determinants of Consumers's Use of Nutritional Information On Food Packages. Jurnal of Agricultural Economics Association, 28, 2, 303-302.*
- PP No 41 Tahun 2014, *Tentang Pedoman Gizi Seimbang*, Jakarta: Kemenkes RI.
- Pratiwi, R. (2019). Pencantuman Komposisi Bahan Pada Label Makanan Sebagai Hak Hukum di Kota Pekanbaru. *Jurnal Gagasan Hukum*, 1(1), 63–87.
- Pendidikan, J., Vol, I., & E-mail, S. P. (2013). Hubungan antara Tingkat Pendidikan Ibu dan Kecerdasan Logika-Matematika Siswa R . A . Muslimat N . U . Ponorogo A

- PP No 41 Tahun 2014, Tentang Pedoman Gizi Seimbang, Jakarta: Kemenkes RI.
- Regina, C., Soukotta, D., & Gaspersz, F. F. (2021). Komposisi Gizi Biskuit Dengan Substitusi Konsentrat Protein Ikan (KPI). *Jurnal Pangan Dan Agroindustri*, 359–367.
- Rahayu R, S. T. (2016). Pengetahuan Gizi Sebagai Faktor Dominan Kebiasaan Membaca Label Informasi Gizi pada Mahasiswa Fakultas Ilmu-Ilmu Kesehatan Universitas Esa Unggul. Skripsi. Jakarta: Universitas Esa Unggul.
- Ratna Palupi, I., Dhian Naomi, N., & Susilo, J. (2017). Penggunaan Label Gizi dan Konsumsi Makanan Kemasan pada Anggota Persatuan Diabetisi Indonesia. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 11(1), 1–8.
- Singla, Manisha. (2010). *Usage and understanding of food and nutritional labels among Indian consumers. British Food Journal*, vol. 112, no. 1 pp. 88- 92.
- Sugiyono. (2010). Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.
- Swastha, Basu. 1984. *Azas-Azas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Singh, A & Nivi, S, 2015, 'Effect of Food Label Information on consumers Purchase Decision', *Acme Intellects Internatio Management, Social Sciences & Technology*, Vol. 11, No. 11, pp. 1-9.
- Tim Pengawas BPOM. (2017). Peraturan-peraturan dalam kemasan pangan.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1996 tentang Pangan.
- Wahab, R. A. (2018) 'Food Label Use and Awareness of Nutritional Information Among Consumers in Bahrain: An Exploratory Study', *KnE Life Sciences*, 4(6), p. 26. doi: 10.18502/cls.v4i6.3088.
- Widia oktavia, 2016. Hubungan antara karakteristik individu dan pengetahuan label gizi dengan membaca label gizi produk pangan kemasan pada konsumen.
- Yaumu, S. A. U., Rifana, C., & Lina, N. (2022). *The Association Between Nutritional Knowledge with Habits and Ability to Read Nutritional Information Labels In Students of Medicine Faculty of Mataram University Jurnal Gizi KH*, 2(1), 43–52.
<https://jurnal.gizikaryahusadakediri.ac.id/index.php/gizikh/article/view/53>
<https://www.jurnal.gizikaryahusadakediri.ac.id/index.php/gizikh/article/download/53/34>.
- Zeinamira, R. 2014. Gambaran Pemilihan Makanan Kemasan Instan untuk Anak Usia 0 – 3 Tahun (susu, bubur, biskuit) oleh ibu di Kelurahan Duren Sawit

Tahun 2013. Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah. Terdapat di: [diakses 28 Desember 2015].

Zahara, S & Triyanti, 2009, 'Kepatuhan Membaca Label Informasi ZatGizi di Kalangan Mahasiswa', Skripsi, Universitas Indonesia. Jakarta.

Zahara, S. dan Triyanti, 2009. Kepatuhan Membaca Label Informasi Zat Gizi di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Nasional*, [e-journal] 4(2): pp.78-83.

Zikmund et al; "Bussiness Research Methods", Edisi 9, South-Western Cengage Learning, 2013.