

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
INTISARI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Keaslian Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Telaah Pustaka	11
1. Konsumen	11
1.1 Definisi Konsumen.....	11
1.2 Perilaku Konsumen	11
2. Persepsi Konsumen.....	13
2.1 Definisi Persepsi Konsumen	13
2.2 Macam-macam Persepsi Konsumen	14
2.3 Proses Terjadinya Persepsi Konsumen	15
3. Sikap Konsumen	16

3.1 Definisi Sikap Konsumen.....	16
3.2 Komponen Pembentuk Sikap Konsumen.....	16
4. Skala Ukur Persepsi dan Sikap Konsumen.....	17
5. Label Nilai Gizi.....	19
5.1 Definisi dan Fungsi Label Nilai Gizi.....	19
5.2 Sejarah dan Regulasi Label Nilai Gizi di Indonesia.....	19
6. Quick Response Code (QR Code).....	20
6.1 Definisi dan Fungsi QR Code.....	20
6.2 Kelebihan dan Kekurangan dari QR Code.....	21
7. QR Code Nilai Gizi.....	22
7.1 Definisi dan Fungsi QR Code Nilai Gizi.....	22
7.2 Pengalaman Penggunaan QR Code Nilai Gizi.....	22
7.3 Nutrinote.....	23
B. Kerangka Teori.....	25
C. Kerangka Konsep.....	26
D. Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
A. Jenis dan Rancangan Penelitian.....	27
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
C. Subjek Penelitian.....	27
D. Variabel Penelitian.....	29
E. Definisi Operasional.....	29
F. Instrumen Penelitian.....	31
G. Cara Pengumpulan Data.....	32
H. Metode Analisis Data.....	33
I. Alur dan Jalannya Penelitian.....	34
J. Etika Penelitian.....	34

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
A. Hasil.....	35
1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	35
2. Karakteristik Subjek Penelitian	35
3. Uji Normalitas Data.....	37
4. Analisis Univariat	37
5. Analisis Bivariat	42
B. Pembahasan.....	50
1. Persepsi Konsumen Terhadap <i>QR Code</i> Nilai Gizi.....	50
2. Sikap Konsumen Terhadap <i>QR Code</i> Nilai Gizi.....	52
3. Pengalaman Penggunaan <i>QR Code</i> Nilai Gizi.....	53
4. Hubungan antara Persepsi Konsumen Terhadap <i>QR Code</i> Nilai Gizi dengan Pengalaman Penggunaan <i>QR Code</i> Nilai Gizi.....	53
5. Hubungan antara Sikap Konsumen Terhadap <i>QR Code</i> Nilai Gizi dengan Pengalaman Penggunaan <i>QR Code</i> Nilai Gizi.....	55
6. Hubungan antara Faktor Karakteristik dengan Pengalaman Penggunaan <i>QR Code</i> Nilai Gizi	56
7. Hubungan antara Faktor Karakteristik dengan Persepsi Konsumen Terhadap <i>QR Code</i> Nilai Gizi	58
8. Hubungan antara Faktor Karakteristik dengan Sikap Konsumen Terhadap <i>QR Code</i> Nilai Gizi	60
C. Kekuatan, Kesulitan, dan Kelemahan Penelitian	62
1. Kekuatan Penelitian.....	62
2. Kesulitan Penelitian	62
3. Kelemahan Penelitian.....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
A. Kesimpulan	64

B. Saran	64
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Keaslian Penelitian	8
Tabel 2. Data Karakteristik Subjek Penelitian	36
Tabel 3. Hasil Kuesioner Persepsi Konsumen Terhadap <i>QR Code</i> Nilai Gizi.....	38
Tabel 4. Hasil Kuesioner Sikap Konsumen Terhadap <i>QR Code</i> Nilai Gizi	40
Tabel 5. Hasil Kuesioner Pengalaman Penggunaan <i>QR Code</i> Nilai Gizi	42
Tabel 6. Hubungan Antara Pengalaman Penggunaan <i>QR Code</i> Nilai Gizi dengan Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap <i>QR Code</i> Nilai Gizi	43
Tabel 7. Hubungan antara Faktor Karakteristik Konsumen dengan Pengalaman Penggunaan <i>QR Code</i> Nilai Gizi	45
Tabel 8. Hubungan antara Faktor Karakteristik Konsumen dengan Persepsi Konsumen Terhadap <i>QR Code</i> Nilai Gizi	47
Tabel 9. Hubungan Faktor Karakteristik Konsumen dengan Sikap Konsumen Terhadap <i>QR Code</i> Nilai Gizi	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Proses Perilaku Konsumen	12
Gambar 2. Proses Terjadinya Persepsi	15
Gambar 3. Komponen Sikap Konsumen	17
Gambar 4. Pengalaman Penggunaan QR Code Nilai Gizi	23
Gambar 5. Tampilan Aplikasi Nutrinote	24
Gambar 6. Tampilan Pencatatan Asupan Konsumen di Nutrinote	24
Gambar 7. Kerangka Teori	25
Gambar 8. Kerangka Konsep	26

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar <i>Informed Consent</i>	75
Lampiran 2. Lembar Kuesioner Penelitian	77
Lampiran 3. Hasil Analisis Statistik	81
Lampiran 4. <i>Ethical Clearance</i>	84
Lampiran 5. Lampiran Master Data.....	86