

DESAIN VISUALISASI LABEL PANGAN DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN

Maria Fitriah¹ & Ali Alamsyah Kusumadinata²
Universitas Djuanda
Email : maria.fitriah@unida.ac.id

ABSTRACT

This study aims to: (1) analyze the visual communication design, (2) analyze the customer buying the interest of "Mochibo", (3) analyze the relationship between visual communication design in increasing customer buying interest. This research was conducted by quantitative descriptive research method. This method describes the food labeling of Small-Medium Industry in increasing customer buying interest by using statistics. The data collecting technique used primary data and secondary data. Based on this study, it used the Bogor citizens as the population for this study. The sampling technique used incidental sampling. Data analysis used Rank Spearman formula to analyze the relationship between visual communication design (x) with customer buying interest (y) with Likert scale.

The result of this study shows that the visual communication design of "Mochibo" packaging label as Small-Medium Industry has a good category, customer buying interest of "Mochibo" as a Small-Medium Industry product is in a Good category, there is a significant correlation between visual communication design variable and customer buying interest variable that has a high coefficient value.

Keywords: Visual Communication, Design, Food Labelling, Buying Behaviour.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis desain komunikasi visual, (2) menganalisis minat beli Mochibo, (3) menganalisis hubungan desain komunikasi visual dalam meningkatkan minat beli. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Metode ini mendeskripsikan atau melukiskan label pangan Industri Kecil Menengah (IKM) dalam meningkatkan minat beli dengan menggunakan statistik. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat kota Bogor sebagai konsumen. Teknik pengambilan sampel menggunakan incidental sampling. Analisis data dalam penelitian menggunakan rumus Rank Spearman untuk menganalisis hubungan komunikasi visual (X) dengan minat beli (Y) dengan skala likert.

Hasil penelitian ini adalah desain komunikasi visual dalam label kemasan Mochibo sebagai Industri Kecil Menengah (IKM) memiliki kategori baik, minat beli Mochibo sebagai Industri Kecil Menengah (IKM) memiliki kategori baik, terdapat hubungan yang signifikan antara variabel desain komunikasi visual dengan variabel minat beli yaitu nilai koefisien tinggi.

Kata Kunci: Desain Komunikasi visual, label pangan, minat beli