

## ABSTRACT

### THE EFFECT OF PRODUCT PERCEPTION OF MULTIVITAMIN INTENTION OF ADULT HEALTH IN JAKARTA

The purpose of this study was to determine the quality, product packaging, brand names, halal labels, and products for purchasing adult health multivitamins, especially in Jakarta. In this study also will focus on product level, where multivitamin products that are perceived as the same as drugs, products become one of the important factors in influencing adult health multivitamin purchase intentions. The sample used in this study was 110 consumers of health multivitamin products in Jakarta with purposive sampling technique. Based on writing techniques were carried out through questionnaires and interviews. The results of this study indicate that product packaging, brand name, and product culture influence the purchase intention of adult health multivitamins. However, quality perceptions and illegal labels on the interest in buying adult health multivitamins. Multivitamin consumer health behavior is different from consumers, where they are the people responsible for health, because they will more easily switch multivitamin products. This is one of the reasons why there is no need to buy an adult health multivitamin.

**Keywords:** product perception, purchase intention, adult health multivitamin.

## ABSTRAK

### PENGARUH PERSEPSI PRODUK TERHADAP *PURCHASE INTENTION* MULTIVITAMIN KESEHATAN DEWASA DI JAKARTA

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi kualitas, kemasan produk, nama merek, label halal, dan keamanan produk terhadap *purchase intention* multivitamin kesehatan dewasa, terutama di Jakarta. Pada penelitian ini juga akan difokuskan kepada level produk, di mana produk multivitamin terkadang dipersepsikan sama dengan obat, sehingga produk menjadi salah satu faktor yang cukup penting dalam mempengaruhi *purchase intention* multivitamin kesehatan dewasa. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 110 konsumen produk multivitamin kesehatan di Jakarta dengan teknik pengambilan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuisioner dan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemasan produk, nama merek, dan keamanan produk mempengaruhi *purchase intention* multivitamin kesehatan dewasa. Namun, persepsi kualitas dan label halal tidak berpengaruh terhadap *purchase intention* multivitamin kesehatan dewasa. Prilaku konsumen multivitamin kesehatan berbeda dengan konsumen obat, di mana berdasarkan hasil wawancara konsumen multivitamin kesehatan dianggap sebagai pelengkap nutrisi untuk menjaga daya tahan tubuh, sehingga konsumen akan lebih mudah beralih produk multivitamin. Hal ini yang menjadi salah satu penyebab kenapa persepsi kualitas tidak berpengaruh terhadap *purchase intention* multivitamin kesehatan dewasa.

**Kata kunci :** persepsi produk, *purchase intention*, multivitamin kesehatan dewasa.