

ABSTRAK

Regina Nashya, 2022. IMPLEMENTASI NILAI GIZI PADA PRODUK MACRONI SCHOOTEL MENGGUNAKAN SUSU UHT GUNA MENINGKATKAN LOYALITAS *CUSTOMER*, Program Studi: Pendidikan Vokasional Kesejahteraan Keluarga, Fakultas Teknik Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Dosen Pembimbing: Dr. Susilowati, M.Pd.

Penelitian ini menjelaskan tentang bisnis yang sedang dijalani yaitu Macroni Schootel. Bisnis yang telah berjalan selama 2 tahun, dan sudah memiliki Sertifikat Merek (HKI). Pelaku usaha berupaya mempertahankan *customer* menjadi loyal *customer* serta memberikan kontribusi nyata tentang pentingnya kandungan nilai gizi makanan, peningkatan strategi penjualan, penciptaan *brand image* dan kepercayaan konsumen loyal dalam jangka panjang.

Hasil penelitian bertujuan mengetahui kandungan gizi, mengetahui kesesuaian nilai gizi, dan peningkatan daya beli loyal customer dilihat dari Brand image, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, *Customer Value*, Faktor Emosional, Persepsi harga, dan Kepuasan Pelanggan pada ekspektasi gizi loyal *customer* dengan penambahan susu. Sehingga manfaat penelitian ini ditujukan kepada Prodi PVKK dengan mengaplikasikan gizi produk makanan sehat, kepada pengusaha dengan penciptaan *brand image* dan kepercayaan konsumen loyal dalam jangka panjang dan kepada konsumen tentang pentingnya kandungan nilai gizi.

Penelitian pendekatan Kuantitatif Deskriptif, dan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) dengan menanyakan hubungan dua variabel (*Independent Variable* dan *Dependent Variable*) yang berfungsi menjelaskan, memprediksi dan mengontrol dengan menggunakan angka dan data yang terukur dan memberikan referensi. Dengan menggunakan populasi 61 orang, menggunakan *purposive sampling*. Metode atau cara pengumpulan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian mewujudkan deskripsi kandungan gizi, data hasil responden, dan data peningkatan daya beli loyal customer. Saran yang menyatakan bahwa produk macroni schootel disukai dan akan bertambah dalam skala pembelian produk macroni schootel. Sehingga sebagian besar loyal *customer* akan memberikan rekomendasi pembelian produk macroni schootel pada sekitar, yang diharapkan penjualan produk macroni schootel semakin tinggi.

Kata Kunci: Nilai Gizi, Loyal Customer, Kepuasan Pelanggan