

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI  
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN SUPLEMEN MAKANAN  
UNTUK BALITA DI APOTEK SABRINA**

**(Studi dilaksanakan di Apotek Sabrina Sidoarjo pada periode Januari 2018  
Maret 2018)**

**Mariya Ulfah, Akademi Farmasi Surabaya  
Ilil Maidatuz Zulfa, Akademi Farmasi Surabaya  
Fitria Dewi Yunitasari, Akademi Farmasi Surabaya**

**ABSTRAK**

Balita merupakan kelompok yang sering mengalami masalah dalam pemberian makanan. Makanan padat sebagai asupan utama pada balita tidak akan bisa diberikan jika balita tersebut mengalami gangguan kesulitan makan. Seiring dengan para balita yang mengalami gangguan kesulitan makan, maka penjualan suplemen makanan meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk menggali informasi mengenai faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam pembelian suplemen untuk balita di Apotek Sabrina.

Penentuan faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam pembelian suplemen untuk balita dilakukan dengan metode Multiatribut Fishbein. Hasil analisis Multiatribut Fishbein menunjukkan faktor yang paling mempengaruhi preferensi konsumen terhadap pembelian suplemen di Apotek Sabrina adalah pertimbangan khasiat atau kinerja produk dengan indeks sikap ( $A_o$ ) sebesar 18,51.

**Keywords** : Preferensi konsumen, suplemen makanan untuk balita, analisa Multiatribut Fishbein.

**ABSTRACT**

Increasing appetite usually observed as common problem in toddlers. The sales of dietary supplements for toddlers increases along with the increases of toddlers's needs. This study was aimed to investigate factors affecting consumer's

preferences in purchasing food supplements for toddlers. This study was conducted by surveying consumers at Apotek Sabrina. who asked for food supplements fot toddlers. Method used for analysing factors affecting consumers preferences was Multiatribut Fishbein method. The results showed that the most affecting factors was consumers' consideration about product performances with attitude index (  $A_o$  ) 18,51.

**Keywords** : Consumers' preferences, Food supplements for toddlers, Fishbein Multiattribute Analysis.

## **PENDAHULUAN**

Balita yang berusia 1-5 tahun merupakan kelompok yang rawan terhadap masalah gizi. Pada masa ini anak mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang sangat pesat, sehingga membutuhkan asupan makanan yang cukup dan bergizi. Makanan yang bergizi adalah makanan yang mencakup karbohidrat, vitamin, mineral, dan protein. Makanan yang bergizi kurang dikonsumsi anak karena pada balita usia 1-5 tahun sering timbul masalah terutama dalam pemberian makanan karena faktor kesulitan makan pada anak (Maulana, 2007).

Makanan padat sebagai asupan utama pada balita tidak akan bisa diberikan jika pada balita tersebut mengalami gangguan kesulitan makan. Gangguan kesulitan makanan sangat penting diperhatikan karena dapat mengakibatkan dampak negatif. Dampak negatif yang ditimbulkan diantaranya adalah kekurangan gizi, menurunnya daya inteligensi dan menurunnya daya tahan anak yang berakibat akan menghambat tumbuh kembang optimal pada balita (Santoso, 2009).

Di Indonesia produk suplemen makanan dapat dibeli bebas di apotek maupun tempat lainnya. Apotek Sabrina merupakan salah satu tempat pelayanan swamedikasi. Seiring dengan para balita yang mengalami gangguan kesulitan makan, maka penjualan suplemen makanan meningkat. Menurut Ahmad (1999), suplemen makanan adalah segala bentuk makanan berkhasiat atau tidak, biasanya didapati dalam bentuk kapsul, tablet serbuk, atau sirup yang diambil sebagai makanan tambahan untuk memenuhi kekurangan zat dalam makanan harian. Menurut Wahyudi, dkk (2015) setiap merek memiliki kualitas yang merupakan

salah satu strategi untuk memenangkan persaingan diantara banyak produk sejenis yang beredar di pasaran.

Setiap konsumen memiliki preferensi yang berbeda-beda terhadap kualitas produk. Dalam pembelian obat, konsumen mempunyai persepsi dan penilaian sendiri berdasarkan informasi yang diterima dan dicernanya (Matagiwa, 2010). Apotek Sabrina memiliki letak strategis yang berada di pemukiman padat penduduk dimana kondisi masyarakat di sekitar apotek memiliki karakteristik yang bervariasi. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap pembelian suplemen makanan untuk balita, dengan tujuan agar apotek Sabrina mendapat gambaran dan informasi yang jelas sehingga dapat menyediakan produk suplemen balita dengan tepat.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif observasional secara prospektif yang dilakukan di Apotek Sabrina yang berlokasi di Jalan Raya Simowau Sepanjang Sidoarjo pada bulan Januari 2018 – Maret 2018.

### **Rancangan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan alat ukur kuesioner yang menilai kepercayaan, evaluasi dan sikap konsumen terhadap produk suplemen untuk balita. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen usia 20 tahun – 50 tahun yang memutuskan sendiri dalam membeli suplemen untuk balita di Apotek Sabrina secara swamedikasi dan mengisi kuesioner secara lengkap.

Preferensi konsumen terhadap suatu produk dapat diukur dengan menganalisa aspek dari kualitas produk. Kualitas produk tersebut dibagi menjadi beberapa dimensi yang terdiri dari kinerja produk, keistimewaan tambahan, kehandalan, kesesuaian produk, daya tahan produk, pelayanan, estetika, kesan kualitas. Untuk mengetahui faktor mana yang paling berpengaruh dan seberapa besar pengaruhnya terhadap preferensi konsumen, maka dilakukan analisa faktor dengan metode *Multiatribut Fishbein* terhadap satu persatu dimensi kualitas

suplemen makanan untuk balita. Metode *Multiatribut Fishbein* menilai preferensi berdasarkan penilaian kepercayaan, evaluasi dan sikap konsumen.

Rumus *Fishbein* :

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i$$

Keterangan:

- $A_o$  : sikap konsumen terhadap suplemen makanan  
 $b_i$  : tingkat kepercayaan konsumen bahwa suplemen makanan yang dibeli memiliki atribut tertentu (atribut ke-i)  
 $e_i$  : dimensi *evaluative* (evaluasi) konsumen terhadap atribut ke-i yang dimiliki suplemen makanan  
 $n$  : jumlah atribut yang dimiliki suplemen makanan

Langkah-langkah analisis *Multiatribut Fishbein* sebagai berikut:

- a. Menentukan penilaian kepercayaan terhadap atribut suplemen makanan ( $b_i$ ) dengan menggunakan skala *likert*, yaitu:  
5 = untuk jawaban sangat mempengaruhi  
4 = untuk jawaban mempengaruhi  
3 = untuk jawaban cukup mempengaruhi  
2 = untuk jawaban tidak mempengaruhi  
1 = untuk jawaban sangat tidak mempengaruhi

Kemudian untuk mencari nilai kepercayaan terhadap suplemen makanan ( $b_i$ ) dilakukan dengan membagi banyaknya jawaban responden dengan jumlah responden, yaitu:

$$b_i = \frac{5a+4b+3c+2d+e}{a+b+c+d+e}$$

Keterangan:

- $b_i$  = nilai kepercayaan terhadap suplemen makanan  
 $a$  = jumlah responden yang dimiliki sangat mempengaruhi  
 $b$  = jumlah responden yang memilih mempengaruhi  
 $c$  = jumlah responden yang memilih cukup mempengaruhi  
 $d$  = jumlah responden yang memilih tidak mempengaruhi  
 $e$  = jumlah responden yang sangat tidak mempengaruhi

- b. Menentukan evaluasi mengenai atribut ( $e_i$ ) dengan menggunakan skala *likert* seperti langkah di atas, kemudian skor masing-masing atribut dikalikan dengan frekuensi jawaban responden untuk mengetahui nilai evaluasi konsumen terhadap atribut suplemen makanan.

- c. Menentukan sikap terhadap obyek (  $A_o$  ) dengan rumus:

$$A_o = b_i \cdot e_i$$

Cara menentukan atribut yang dominan dipertimbangkan oleh konsumen adalah dengan mengurutkan indeks konsumen dari nilai yang tertinggi hingga terendah. Indeks sikap konsumen (  $A_o$  ) yang tertinggi terhadap suatu atribut suplemen makanan, menunjukkan bahwa atribut tersebut merupakan atribut yang dominan dipertimbangkan oleh konsumen.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Keyakinan dan Evaluasi Responden terhadap Produk Suplemen yang dibeli

Sebanyak 73 konsumen dilibatkan dalam penelitian ini. Tabel 1 menunjukkan bahwa atribut yang diyakini paling baik oleh konsumen adalah keistimewaan tambahan (brosur petunjuk obat yang jelas dan mudah dipahami). Atribut suplemen yang diyakini kurang baik adalah kehandalan (tidak mudah ditiru/ dipalsukan).

**Tabel 1. Keyakinan (  $b_i$  ) konsumen terhadap atribut suplemen balita**

Atribut Suplemen Balita	Nilai					Nilai Total	Rata-Rata
	5	4	3	2	1		
Keistimewaan tambahan (brosur petunjuk obat yang jelas dan mudah dipahami)	40 200	25 100	6 18	2 4	0 0	73 322	4,41
Daya tahan produk (lama kedaluarsa, tahan terhadap reaksi kimia, cahaya, sinar matahari, suhu dan kekuatan kemasan)	32 160	31 124	6 18	4 8	0 0	73 310	4,25
Kinerja produk (khasiat suplemen)	36 180	24 96	4 12	7 14	2 2	73 304	4,16
Kesan kualitas (harga, kepopuleran, citra/ image suplemen)	23 115	36 144	7 21	7 14	0 0	73 294	4,01
Estetika (rasa dan aroma suplemen)	23 115	33 132	12 36	5 10	0 0	73 293	3,97
Pelayanan (tersedianya layanan telepon sebagai fasilitas penyaluran saran dan kritik suplemen)	33 165	20 80	6 18	9 18	5 5	73 286	3,92
Kesesuaian produk (kemasan dan kebersihan suplemen)	22 110	35 140	6 18	7 14	3 3	73 285	3,9
Kehandalan (tidak mudah ditiru/ dipalsukan)	25 125	30 120	7 21	7 14	4 4	73 284	3,89

Tabel 2 menunjukkan bahwa kinerja produk (khasiat suplemen) merupakan atribut yang mempunyai tingkat kepentingan paling tinggi dalam keputusan pembelian suplemen untuk balita.

**Tabel 2. Evaluasi (  $e_i$  ) konsumen terhadap atribut suplemen balita**

Atribut Suplemen Balita	Nilai					Nilai Total	Rata-Rata
	5	4	3	2	1		
Kinerja produk (khasiat suplemen)	42 210	22 88	9 27	0 0	0 0	73 325	4,45
Kesan kualitas (harga, kepopuleran, citra/ image suplemen)	40 200	20 80	12 36	1 2	0 0	73 318	4,36
Estetika (rasa dan aroma suplemen)	34 170	24 96	13 39	2 4	0 0	73 309	4,23
Keistimewaan tambahan (brosur petunjuk obat yang jelas dan mudah dipahami)	30 150	26 104	15 45	1 2	1 1	73 302	4,14
Daya tahan produk (lama kedaluarsa, tahan terhadap reaksi kimia, cahaya, sinar matahari, suhu dan kekuatan kemasan)	22 110	29 116	21 63	1 2	0 0	73 291	3,99
Pelayanan (tersedianya layanan telepon sebagai fasilitas penyaluran saran dan kritik suplemen)	26 130	17 68	28 84	2 4	0 0	73 286	3,92
Kesesuaian produk (kemasan dan kebersihan suplemen)	24 120	20 80	25 75	4 8	0 0	73 283	3,88
Kehandalan (tidak mudah ditiru/ dipalsukan)	19 95	29 116	21 63	4 8	0 0	73 282	3,86

### Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Suplemen

Indeks konsumen ( $A_o$ ) diperoleh dengan cara mengalikan angka penilaian keyakinan ( $b_i$ ) dan nilai evaluasi konsumen ( $e_i$ ) terhadap atribut suplemen

**Tabel 3. Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap pembelian suplemen**

Atribut Suplemen Balita	Keyakinan ( $b_i$ )	Evaluasi ( $e_i$ )	Sikap ( $A_o$ )	Peringkat
Kinerja produk (khasiat suplemen)	4,16	4,45	18,5 1	I
Keistimewaan tambahan (brosur petunjuk obat yang jelas dan mudah dipahami)	4,41	4,14	18,2 6	II
Kesan kualitas (harga, kepopuleran, citra/ image suplemen)	4,01	4,36	17,4 8	III
Daya tahan produk (lama kedaluarsa, tahan terhadap reaksi kimia, cahaya, sinar matahari, suhu dan kekuatan kemasan)	4,25	3,99	16,9 6	IV
Estetika (rasa dan aroma suplemen)	3,97	4,23	16,7 9	V
Pelayanan (tersedianya layanan telepon sebagai fasilitas penyaluran saran dan kritik suplemen)	3,92	3,92	15,3 7	VI
Kesesuaian produk (kemasan dan kebersihan suplemen)	3,90	3,88	15,1 3	VII

Kehandalan (tidak mudah ditiru/ dipalsukan)	3,89	3,86	15,0 2	VIII
---	------	------	-----------	------

Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai indeks sikap konsumen terhadap atribut yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian suplemen untuk balita berturut-turut dari yang paling tinggi sampai yang terendah adalah kinerja produk, keistimewaan tambahan, kesan kualitas, daya tahan produk, estetika, pelayanan, kesesuaian produk, dan kehandalan.

Berdasarkan hasil analisis *multiatribut Fishbein* dapat diketahui bahwa preferensi peringkat pertama konsumen terhadap suplemen untuk balita di Apotek Sabrina Kota Sidoarjo sebagai peringkat pertama adalah pada atribut kinerja produk (khasiat suplemen). Konsumen meyakini bahwa suplemen yang dipilih memiliki khasiat yang sangat baik dan merupakan salah satu alasan konsumen memilih merek tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Matagiwa (2010), yang menyebutkan bahwa faktor yang paling mempengaruhi preferensi konsumen terhadap obat paten / bermerek adalah khasiat / kegunaan obat.

## SIMPULAN

Atribut yang paling mempengaruhi preferensi konsumen terhadap pemilihan suplemen untuk balita di Apotek Sabrina adalah kinerja produk (khasiat suplemen). Khasiat dengan indeks sikap konsumen (  $A_o$  ) 18,5.

## RUJUKAN

- Abdullah N., A., dkk, 2010. *Pengetahuan Sikap dan Kebutuhan Pengunjung Apotek Terhadap Informasi Obat di Kota Depok*. Jakarta: Pusat Penelitian dan Pengembangan Sistem dan Kebijakan Kesehatan Badan Litbangkes Kementerian Kesehatan.
- Aditya, 2006. *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Frestea Tekita dan Teh Sosro Kemasan Botol di Kota Bogor*. Skripsi. <https://text-id.123dok.com>>lain.
- Almatsier, Sunita, 2009. *Prinsip Dasar Ilmu Gizi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Anonim. 2007. *Atribut Produk Iklan Konsumen*. <http://www.insidenwinme.com>. Diakses tanggal 15 Mei 2018.

- Aulawi, T., 2005. *Preferensi Konsumen Beberapa Produk Suplemen Penstimulasi Stamina*. Tesis, (online), [www.scribd.com](http://www.scribd.com) diakses 4 April 2018.
- Boyd, Harper W., Orville C Walker, dan Jean Lorreche. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I edisi kedua. Erlangga. Jakarta.
- BPOM, 2014. *Peredaran Obat Palsu Melonjak 1000 Persen*. Jakarta. [www.jurnalasia.id](http://www.jurnalasia.id).
- Fitri, S.,M. 2016. *Analisis yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Dalam Pembelian Obat Flu dan Batuk di Apotek Adine Farma Sidoarjo*. Karya Tulis Ilmiah. Surabaya: Program Pendidikan D-III Farmasi.
- Hana, Y., 2009. *Hubungan Antara Konsumsi Suplemen Vitamin dan Mineral, Serta Minuman Energi Dengan Kebugaran Jasmani Pada Atlet Cabang Olahraga Akuatik di Stadion Renang Gelora Bung Karno Senayan, Jakarta Tahun 2009*. Skripsi. Jakarta: Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia.
- Kotler, Philip dan Neil Amstrong. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi kesembilan. PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Prentice-Hall Internasional., Inc. Newjersey.
- Matagiwa, P., 2010. *Analisis Proses Pengambilan Keputusan Pembelian dan Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Terhadap Obat Paten / Bermerek Pada Apotek Wahana-Bekasi*. Skripsi. <http://respository.ib.ac.id/>.
- Mowen, John C., dan Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid I. Erlangga. Jakarta.
- Nadia, 2011. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Suplemen Vitamin E Pada Siswi di SMAN 65 Jakarta Tahun 2011*. Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negeri.
- Prasetijo, R., dan Johan Ihalaw. 1996. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Sari, T., W. 2013. *Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Konsumsi Suplemen Asam Amino Pada Anggota Fitness Centre Syahida INN UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Tahun 2013*. Skripsi. Jakarta: Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan Universitas Islam Negeri Arif Hidayatullah.
- Setyaningsih, F., D. 2009. *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Buah Salak (Salacca Edulis) di Pasar Tradisional Kota Surakarta*. Skripsi. Surakarta: Jurusan/ Program Studi Sosial Ekonomi Pertanian/ Agrobisnis.



- Siregar, S. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, halaman 19.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Wahyuni, H., Sulistiyowati, W., Khamim, M., 2015. *Pengendalian Kualitas*. Yogyakarta: PT. Graha Ilmu.
- Zamhur. 2014. *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Produk Air Minum Dalam Kemasan*. Artikel Jurnal. Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Zikri, M. 2016. *Analisis Preferensi Konsumen terhadap Atribut Susu Kedelai dan Faktor Yang Mempengaruhi*. Skripsi. Bogor. Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.