

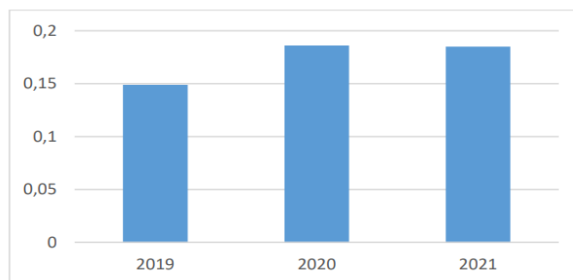
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Penyakit Virus Corona sangat berdampak pada masyarakat di Indonesia, baik dari segi kesehatan maupun ekonomi. Masyarakat merespon permasalahan ini dengan berbagai cara. Orang-orang takut penyakit virus corona ini akan berdampak pada keluarga, teman, dan orang-orang yang disayang. Akibat permasalahan ini membuat masyarakat semakin sadar di mana kesehatan dan perawatan diri menjadi hal yang utama, semakin banyak orang yang mulai minat terhadap minuman kesehatan sebagai cara untuk meningkatkan kesehatan mereka secara keseluruhan.

Natarajan (2022) menyatakan bahwa era baru telah dimulai di mana pelanggan akan semakin memilah-milah mengenai makanan dan minuman yang lebih sehat, bahan pangan yang menggunakan bahan-bahan alami sehingga tidak memiliki efek samping. Makanan dan minuman sehat kini menjadi tren atau komponen yang penting dari pola makan masyarakat. Meningkatnya ketertarikan terhadap minuman kesehatan didorong oleh kombinasi beberapa faktor, seperti efikasi diri termasuk meningkatnya kesadaran akan orientasi kesehatan dan peran penting nutrisi dalam menjaga kesehatan seseorang.



Gambar 1.1
Rata-rata Konsumsi Minuman Kesehatan di Kota Surabaya
Sumber: BPS (2019-2021)

Efikasi diri memiliki peran penting dalam mencapai pilihan yang sadar akan kesehatan. Efikasi diri mewakili keyakinan individu terhadap kemampuan masyarakat untuk melakukan perilaku yang diperlukan untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks minuman kesehatan, efikasi diri menjadi landasan tekad seseorang untuk memilih minuman yang lebih sehat. Masyarakat yang memiliki efikasi diri yang tinggi akan lebih siap atau mampu mengatasi hambatan dan tantangan yang ada dalam upaya mencapai perbaikan gizi (Bandura, dkk., 1977; dalam Schunk, 2020).

Selain itu, ketertarikan terhadap minuman sehat didukung oleh orientasi kesehatan, atau kecenderungan untuk menjunjung tinggi nilai kesehatan dan kesejahteraan. Seseorang yang menghargai kesehatannya akan menyadari pentingnya nutrisi dalam kehidupan sehari-hari dan menyadari dampak yang ditimbulkan terhadap kesejahteraan fisik dan emosional mereka.

Makanan atau minuman kesehatan meningkatkan fisik dan kesehatan mental seseorang, sehingga meningkatkan kualitas hidup mereka. Manfaat kesehatan diperoleh dari mengonsumsi makanan ataupun minuman kesehatan dan motivasi penggunaannya merupakan pendorong positif yang paling kuat terhadap penerimaan pangan fungsional (Topolska, dkk., 2021). Saat ini, pembeli rela membayar dengan harga mahal untuk mendapatkan manfaat dari mengonsumsi makanan dan minuman kesehatan (Shamal dan Mohan, 2019). Banyak konsumen sudah mulai membeli makanan dan minuman fungsional sebagai salah satu cara yang efektif untuk memperkuat kekebalan tubuh mereka.

Permasalahan-permasalahan yang ada di atas pada penelitian saat ini mengambil variabel *Interest In Healthy Drink*, *Self Efficacy*, *Health Orientation*, dan *Purchase Intention* untuk diteliti. *Interest In Healthy Drink*: minat terhadap makanan sehat diartikan sebagai minat untuk mengonsumsi makanan yang dianggap sebagai produk rendah energi, seperti makanan rendah lemak, rendah kalori, atau rendah gula (Roininen, dkk., 1999; dalam Chang, 2020). Pelanggan menganggap bahwa makanan ini berdampak positif terhadap kesehatan mereka, rasa bersalah mereka berkurang saat mengonsumsi makanan atau minuman tersebut, sehingga meningkatkan

minat mengonsumsi minuman sehat (Roininen, 2001; dalam Chang, 2020).

Vazquez dkk. (2009, dalam Natarajan, 2022) menyatakan orang-orang yang ingin menjaga gaya hidup sehat cenderung lebih tertarik untuk terus-menerus mengonsumsi makanan dan minuman yang sesuai dengan prinsip kesehatan mereka, ini menciptakan permintaan yang stabil untuk produk makanan dan minuman sehat dalam pasar. Definisi minuman kesehatan menurut Dictionary of Medicine Segen sebagai sebuah minuman non-alkohol yang mengandung bahan-bahan non-tradisional, termasuk ramuan, vitamin, mineral, asam amino atau menambahkan buah-buahan atau sayuran mentah, yang memberikan manfaat kesehatan spesifik di luar nutrisi umum - misalnya, meningkatkan sistem kekebalan tubuh atau kesehatan jantung, meningkatkan mobilitas sendi, meningkatkan energi dan memberikan rasa kenyang.

Armitage dan Conner (1999, dalam Nystrand, 2019) mengatakan *Self Efficacy* atau efikasi diri berpusat pada rasa kemanjuran pribadi seseorang untuk menghasilkan dan mengatur peristiwa-peristiwa dalam kehidupan mereka. Efikasi diri mengacu pada kepercayaan diri individu terhadap sesuatu kemampuannya untuk melakukan suatu perilaku (misalnya kompetensi). Seperti yang berlaku untuk semua variabel *Theory of Planned Behavior* (TPB), aspek penting dalam konseptualisasi efikasi diri adalah tingkat kekhususannya. Efikasi diri tidak mengacu pada ciri-ciri kepribadian secara umum tetapi sebaliknya, hal ini mungkin sangat bervariasi di dalamnya setiap orang dari tugas ke tugas (AbuSabha dan Achterberg, 1997; dalam Nystrand, 2019).

Bandura (1986, dalam Chang, 2020) mendefinisikan efikasi diri sebagai keyakinan bahwa seseorang mampu melakukan sesuatu. Efikasi diri tidak memiliki hubungan dengan keterampilan pribadi; sebaliknya, hal ini terkait dengan penilaian diri sendiri terhadap sejauh mana kemampuan seseorang. Efikasi diri yang dirasakan dikatakan mengacu pada “keyakinan pada kemampuan seseorang untuk mengatur dan melaksanakan serangkaian tindakan yang diperlukan untuk menghasilkan tingkat pencapaian tertentu”.

Bergman (2005, dalam Mohammad, 2021) mendefinisikan orientasi kesehatan sebagai sikap, keyakinan, perilaku, dan kepedulian konsumen

terhadap masalah kesehatan yang menyangkut pribadinya diri. Untuk melakukan praktik kesehatan yang baik, konsumen harus memiliki inisiatif untuk melibatkan diri dalam praktik yang lebih sehat (Martinsson, dkk., 2016; dalam Mohammad, 2021).

Sistem imun seseorang dipengaruhi oleh gaya hidup salah satunya adalah pola makan. Pola makan sehat adalah kebiasaan makan sehari-hari seseorang yang memiliki manfaat yang baik bagi tubuh yaitu dengan lebih banyak mengonsumsi makanan dan minuman yang mengandung unsur gizi seimbang (Goldberg dan Strycker, 2012; dalam Gunawan, 2022).

Morwitz (2014, dalam Yudistira, 2019) mendefinisikan *Purchase Intention* adalah salah satu input utama yang digunakan oleh manajer pemasaran untuk memprediksi penjualan dimasa mendatang dan untuk menentukan bagaimana tindakan yang perlu diambil untuk mempengaruhi tingkah laku pembelian konsumen. Pada beberapa kasus, *purchase intention* biasanya digunakan untuk mengukur permintaan konsumen akan suatu produk baru menggunakan konsep dan tes produk.

Selain itu ada juga hubungan antara variabel *Interest In Healthy Drink* dengan *Purchase Intention*, *Self Efficacy* dengan *Purchase Intention*, dan *Health Orientation* dengan *Purchase Intention*. *Interest In Healthy Drink on Purchase Intention*: Roininen dkk. (1999, dalam Chang, 2020) mendefinisikan “ketertarikan terhadap minuman sehat” sebagai ketertarikan terhadap makanan atau minuman sehat. makanan rendah energi seperti makanan rendah lemak, rendah kalori, dan bebas gula. Konsumen berpikir demikian dapat membantu mereka mempertahankan atau mencapai kesehatan yang lebih baik, sehingga rasa bersalah mereka terhadap pola makan yang sehat berkurang dibandingkan dengan makanan lain.

Self Efficacy dengan *Purchase Intention* terdapat beberapa hasil yang berbeda. Chang dkk. (2020) menunjukkan bahwa *Self Efficacy* tidak berpengaruh positif terhadap *Purchase Intention*. Efikasi diri bukanlah prediktor yang signifikan terhadap minat beli. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Matthews dkk. (2016, dalam Chang, 2020) menunjukkan bahwa efikasi diri yang lebih tinggi, dan lebih banyak isyarat untuk bertindak maka bisa menuju pola makan yang lebih sehat. Warziski dkk. (2008, dalam Chang, 2020) menunjukkan bahwa efikasi diri untuk mengendalikan makan akan meningkat seiring dengan penurunan berat

badan. Dari temuan mengenai efikasi diri, peneliti menemukan bahwa ada beberapa responden memiliki pendapat yang berbeda tentang minuman kesehatan.

Nystrand dkk. (2019) mengatakan bahwa efikasi diri dan niat memiliki hubungan yang kuat, dapat dikaitkan dengan argumen efikasi diri sebagai motivasi, yang mana berpendapat bahwa “peringkat efikasi diri mencerminkan konsep motivasi yang lebih luas, dibandingkan kemampuan yang dirasakan. Rhodes dan Courneya (2004, dalam Nystrand, 2019) berpendapat demikian ukuran efikasi diri (dan pengendalian) dapat dikacaukan dengan ukuran motivasi (yaitu niat) kecuali jika dikendalikan. Argumen efikasi diri sebagai motivasi mungkin juga menjelaskan hal ini berkurangnya kekuatan prediktif sikap terhadap niat, yang biasanya memprediksi niat terbaik dalam bidang makanan, pengalaman ketika efisiensi diri dimasukkan ke dalam model. Artinya, efikasi diri lebih merupakan representasi terhadap niat responden untuk mengonsumsi makanan fungsional.

Health Orientation on Purchase Intention: Orientasi kesehatan berpengaruh pada tingkat konsumsi makanan masyarakat terkait dengan promosi kesehatan dan pengambilan keputusan untuk meningkatkan minat beli konsumen.

Penelitian saat ini menggunakan objek NUTRIBIT. NUTRIBIT adalah minuman kesehatan dengan bahan dasar alami dari ekstrak buah bit, ekstrak seledri, dan perisa markissa. NUTRIBIT berfungsi untuk menetralkan tekanan darah dan berbentuk granule effervescent (minuman berkarbonasi) sehingga memiliki sensasi menyegarkan saat diminum. Produk ini memiliki harga yang terjangkau yaitu Rp. 30.000/Pouch dengan isian 10 Sachet/Pouch.

Berdasarkan latar belakang di atas penelitian saat ini mengambil judul “PENGARUH *INTEREST, SELF EFFICACY, HEALTH ORIENTATION* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA PRODUK NUTRIBIT”.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah *Interest In Healthy Drink* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention* pada calon konsumen produk NUTRIBIT?
2. Apakah *Self Efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention* pada calon konsumen produk NUTRIBIT?
3. Apakah *Health Orientation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Purchase Intention* pada calon konsumen produk NUTRIBIT?

1.3. Ruang Lingkup dan Batasan Masalah

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah dirumuskan di atas, maka peneliti ingin membatasi ruang lingkup penelitian ini dan membahas *Interest In Healthy Drink*, *Self Efficacy*, dan *Health Orientation* terhadap *Purchase Intention* pada produk NUTRIBIT. Responden yang dituju adalah orang-orang yang berdomisili di Kota Surabaya dan Sidoarjo. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini hanya 4 bulan.

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk dapat mengetahui dan menganalisis hubungan antara *Interest In Healthy Drink* terhadap *Purchase Intention* pada calon konsumen produk NUTRIBIT.
2. Untuk dapat mengetahui dan menganalisis hubungan antara *Self Efficacy* terhadap *Purchase Intention* pada calon konsumen produk NUTRIBIT.
3. Untuk dapat mengetahui dan menganalisis hubungan antara *Health Orientation* terhadap *Purchase Intention* pada calon konsumen produk NUTRIBIT.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis yang diberikan yaitu untuk memberikan wawasan teori melalui *Interest In Healthy Drink, Self Efficacy, Health Orientation* terhadap *Purchase Intention* dalam konteks minuman kesehatan baru di Indonesia. Bermanfaat untuk masyarakat Indonesia dan peneliti selanjutnya.
2. Manfaat Praktis yang diberikan yaitu untuk memberikan pengetahuan kepada para pelaku usaha dibidang kesehatan khususnya pada gaya hidup sehat seseorang untuk meningkatkan *Purchase Intention* produk NUTRIBIT.

1.6. Sistematika Penulisan

Penelitian ini disusun secara sistematis sesuai dengan kaidah penelitian ilmiah. Secara umum terdiri atas 5 bab sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup dan batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pada bab ini akan diuraikan tinjauan pustaka yang berupa pembahasan mengenai hasil penelitian terdahulu, landasan teori, hubungan antar variabel, kerangka penelitian dan hipotesis.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dibahas tentang desain penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan, definisi operasional variabel, statistikdeskriptif, dan pengujian kualitas data.

BAB 4: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dikemukakan analisis dan pembahasan hasil penelitian berupa pengujian statistic dan interpretasi dari data penelitian.

BAB 5: SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan dikemukakan kesimpulan dari seluruh pembahasan dan disertai dengan saran.