

4. PEMBAHASAN

4.1. Reduksi Data , Uji Validitas, dan Uji Reliabilitas

Pada penelitian didapatkan total 435 responden yang kemudian dilakukan reduksi data menjadi 331 responden. Reduksi data merupakan proses mengidentifikasi data mentah atau *raw data* yang didapatkan melalui proses *summary*, pengkodean (coding), dan pengkategorian (Ilham, 2016). Reduksi data ini dilakukan untuk memfokuskan pada hal-hal yang penting yang dapat menjawab tujuan penelitian (Sugiyono, 2008).

Penelitian ini uji validitas dilakukan sebagai pengukur apakah pertanyaan yang diberikan kepada responden pada kuesioner sudah tepat atau belum, yang nantinya digunakan untuk survei utama (Cahyani, et al., 2016). Hasil uji validitas keseluruhan memiliki nilai korelasi yang positif kecuali pertimbangan membeli dan nilai korelasi dari *Two Tailed significance*-nya di atas (α) 0,05, maka dapat dinyatakan valid. Dikarenakan sesuai dengan pernyataan Widi (2011) setiap pertanyaan dikatakan valid apabila memiliki nilai korelasi yang positif dan nilai korelasi dari *Two Tailed signification* (α) 0,05. Kemudian selanjutnya dilakukan uji reliabilitas.

Dilakukannya uji reliabilitas ini bertujuan untuk mengukur kekuatan pada kuesioner dalam menjawab tujuan pada penelitian (Rossister, 2011). Uji reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha* dengan menggunakan SPSS, pada uji ini yang diperhatikan yaitu nilai *Alpha*-nya. Pada uji pendahuluan didapatkan nilai *Alpha* 0,735. Nilai yang didapatkan ini memiliki reliabilitas yang tinggi. Menurut Widi (2011) nilai *Alpha* 0,50 – 0,70 memiliki nilai reliabilitas moderat, kemudian untuk nilai *Alpha* 0,70-0,90 dinyatakan nilai reliabilitasnya tinggi. Apabila hasil yang didapatkan nilai *Alpha* < 0,50 maka dapat dikatakan reliabilitasnya rendah, dan memiliki kemungkinan bahwa nilai pertanyaan yang tidak diberikan tidak reliabel (Widi, 2011).

4.2. Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik responden dibedakan menjadi beberapa seperti jenis kelamin, umur, status pernikahan, domisili, jumlah anggota keluarga, jenis pekerjaan, pendidikan tertinggi,

penerimaan, dan pengeluaran. Jumlah responden yang didapatkan pada penelitian ini 331 responden. Responden paling banyak suplemen ialah pegawai swasta dengan aktivitas yang padat sehingga tidak teratur pola makannya. Sehingga dibutuhkan suplemen untuk memenuhi kekurangan nutrisi pada tubuh. Selain itu terdapat 196 responden yang memiliki pendidikan terakhir S1. Responden dengan pendidikan yang lebih baik maka akan lebih selektif terhadap pemilihan produk suplemen (Kissling, Miller & Russell, 2003). Pada penelitian ini terdapat 144 responden yang memiliki pendapatan sebesar Rp 5.000.000-Rp 10.000.000. Pendapatan merupakan sumberdaya material yang dapat membiayai kegiatan konsumsi responden (Sumarwan, 2004). Selain itu, menurut Kotler (2007) menyatakan bahwa pendapat yang dimiliki seseorang dapat menentukan seseorang untuk memilih produk atau merek yang dapat memenuhi tujuan konsumsi. Karakteristik responden yang terakhir pada penelitian ini yaitu pengeluaran, terdapat 105 responden memiliki pengeluaran tidak tentu setiap bulannya. Pengeluaran merupakan sejumlah nilai yang akan dikeluarkan seseorang untuk dapat memenuhi kebutuhannya (Senduk, 2007).

4.3. Deskripsi Faktor-faktor yang Mempengaruhi

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengeluaran keluarga per bulan yaitu faktor sosial, pertimbangan membeli, pengetahuan individu, tempat membeli, dan siapa saja yang ikut mengkonsumsi. Faktor sosial terdiri dari jumlah anggota, Pendidikan, dan pendapatan. Menurut Todaro (2000), menyatakan bahwa semakin banyak jumlah anggota keluarga dalam satu keluarga maka akan semakin tinggi juga pengeluaran yang dikeluarkan. Dikarenakan semakin banyaknya jumlah anggota keluarga maka semakin banyak jumlah kebutuhan yang harus dipenuhi, namun sebaliknya apabila jumlah anggota keluarga sedikit maka semakin dikit juga jumlah kebutuhan yang harus dipenuhi dan membuat total pengeluaran tidak besar. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka tingkat pengeluarannya juga akan semakin tinggi (Rahardja dkk, 2005).

Suatu individu yang memiliki pendapatan besar maka akan mengeluarkan sebagian kecil pendapatannya untuk pengeluaran per bulan, namun sebaliknya apabila memiliki pendapatan kecil maka akan mengeluarkan sebagian besar pendapatannya untuk pengeluaran per bulan.

Pertimbangan membeli seperti harga, rasa, kualitas, dan kemudahan mendapatkan juga menjadi faktor yang mempengaruhi. Menurut Rohmawati (2012) menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk. Selain itu juga harga dapat menjadi peran kunci untuk menciptakan nilai pelanggan serta membangun hubungan yang baik terhadap pelanggan (Kotler & Armstrong, 2008). Kualitas juga sebagai penentu pertimbangan membeli, dikarenakan kualitas produk memiliki pengaruh yang secara positif dan signifikan yang besar terhadap keputusan pembelian (Rohmawati, 2012).

Pengetahuan yang dimiliki seorang individu juga menjadikan salah satu faktor pendorong untuk mengkonsumsi (Hidayat, 2002). Menurut Setyaningsih (2016) menyatakan seseorang yang berpendidikan tinggi memiliki pengetahuan yang luas. Selain itu juga, pengetahuan seseorang terhadap gizi dapat dipengaruhi oleh pendidikan, usia, pengalaman, informasi yang didapat, lingkungan sekitar, dan ekonomi (Notoatmodjo, 2003 dalam Sartika, 2011). Banyaknya tempat untuk mendapatkan produk sehingga tempat membeli dapat mempengaruhi jumlah pengeluaran yang akan dikeluarkan setiap bulannya. Lokasi tempat membeli merupakan satu faktor keputusan membeli. Menurut Wiwin dkk (2017), menyatakan bahwa lokasi dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk membeli. Selain itu juga teman konsumsi dapat menjadi faktor yang mempengaruhi pengeluaran keluarga per bulan. Dikarenakan semakin banyak jumlah orang yang mengkonsumsi maka semakin besar pula pengeluaran yang akan dikeluarkan per bulannya.

4.4. Hubungan Antara Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi

Pada Tabel 20 dapat dilihat adanya hubungan yang kuat antara faktor sosial terhadap perilaku konsumsi. Pada umumnya perilaku konsumsi sendiri dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti pendapatan, pekerjaan, dan tingkat pendidikan. Menurut Bartkiene et al., (2019) menyatakan seseorang yang memiliki tingkat pendidikan serta pendapatan yang rendah maka memiliki kemungkinan tingkat perilaku konsumsi yang rendah. Pernyataan tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang di dapatkan pada Tabel 20, yang mengenai hubungan antara faktor sosial terhadap perilaku konsumsi produk suplemen. Dikarenakan nilai signifikansi

yang di dapatkan $<0,01$, hasil ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara faktor sosial dengan perilaku konsumsi. Faktor pertimbangan membeli pada hasil penelitian yang didapatkan tidak memiliki hubungan yang kuat terhadap perilaku konsumsi dikarenakan memiliki nilai korelasi $-0,378$, faktor pertimbangan membeli seperti harga, rasa, kualitas dan kemudahan mendapatkan tidak mempengaruhi perilaku konsumsi responden terhadap produk suplemen.

Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan pernyataan Rohmawati (2012), harga memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap keputusan pemilihan produk. Selain itu menurut Kotler & Armstrong (2008) harga merupakan peran kunci untuk menciptakan nilai pelanggan serta membangun hubungan yang baik terhadap pelanggan. Kualitas produk juga dapat menjadi pertimbangan membeli dikarenakan kualitas produk memiliki pengaruh secara positif terhadap keputusan membeli (Rohmawati, 2012). Pada tabel dapat dilihat pengetahuan responden memiliki hubungan yang signifikan terhadap perilaku konsumsi produk suplemen. Secara teori yang ada, umum seseorang mengetahui manfaat ataupun kandungan apapun yang mereka konsumsi, faktor pengetahuan responden yang dihasilkan pada penelitian ini memiliki hubungan signifikan terhadap perilaku konsumsi produk suplemen, hasil yang sudah didapatkan ini sependapat dengan pernyataan Kotler (2007), pengetahuan yang dimiliki seseorang dapat mempengaruhi kepercayaan seseorang terhadap konsumsi suatu produk. Semakin banyak pengetahuan gizi yang dimiliki seseorang maka akan semakin baik pula pola konsumsinya (Rachman, 2017). Tempat membeli juga memiliki hubungan yang kuat terhadap perilaku konsumsi produk suplemen. Hasil yang didapatkan sesuai dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan lokasi pembelian dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk membeli (Wiwin, 2007). Selain itu juga menurut Gama *et al* (2016) menyatakan lokasi dapat berpengaruh secara positif dan juga signifikan terhadap keputusan seseorang untuk membeli.

Faktor tempat membeli juga menjadi faktor yang paling menentukan perilaku konsumsi. Dikarenakan hasil dari penelitian ini faktor tempat membeli memiliki nilai korelasi yang tinggi terhadap perilaku konsumsi produk suplemen yaitu sebesar $0,511$. Pada hasil penelitian ini rata-rata para responden membeli produk suplemen di apotek dan minimarket.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa produk suplemen lebih mudah didapatkan di apotek dan minimarket, dikarenakan apotik dan minimarket mudah dijumpai saja. Selain itu juga produk yang lengkap menjadi salah satu faktor yang menentukan tempat pembelian produk suplemen.

4.5. Hubungan antara Faktor Tempat Membeli Dengan Perilaku Konsumsi Berdasarkan Pengeluaran

Faktor sosial yang diuji pada penelitian ini meliputi jumlah anggota, pendidikan terakhir, penerimaan keluarga per bulan. Responden yang memiliki pendidikan yang tinggi akan lebih selektif terhadap pengambilan keputusan apa yang dikonsumsi. Selain itu juga responden yang memiliki penerimaan keluarga per bulan yang tinggi akan mempengaruhi pemilihan suatu produk suplemen yang akan dikonsumsi. Kemudian pertimbangan membeli juga akan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi. Pertimbangan membeli pada penelitian ini meliputi harga, rasa, kualitas, dan kemudahan mendapatkan. menurut Kotler & Armstrong (2008) harga merupakan peran kunci untuk menciptakan nilai pelanggan serta membangun hubungan yang baik terhadap pelanggan. Kualitas produk juga dapat menjadi pertimbangan membeli dikarenakan kualitas produk memiliki pengaruh secara positif terhadap keputusan membeli (Rohmawati, 2012). Pengetahuan responden mengenai produk suplemen akan mempengaruhi perilaku konsumsi responden itu sendiri. Responden dengan pengetahuan yang lebih banyak mengenai suplemen akan lebih mengetahui suplemen yang dibutuhkannya sendiri. Pengetahuan yang dimiliki seseorang dapat mempengaruhi kepercayaan seseorang terhadap konsumsi suatu produk (Kotler, 2007). Semakin banyak pengetahuan gizi yang dimiliki seseorang maka akan semakin baik pula pola konsumsinya (Rachman, 2017).

Pada penelitian ini pengeluaran dibagi menjadi tiga tingkat yaitu sedang, tinggi, dan rendah. Pengeluaran adalah sejumlah nilai yang digunakan seseorang untuk memenuhi kebutuhan yang diperlukannya (Senduk, 2007). Pada umumnya orang yang memiliki pendapatan yang tinggi maka memiliki pengeluaran yang rendah dan begitu sebaliknya, orang yang memiliki

pendapatan rendah akan memiliki pengeluaran yang tinggi. Menurut Deaton dan Muellbauer (1980) menyatakan rumah tangga yang memiliki pendapatan tinggi maka akan memiliki persentase pengeluaran konsumsi untuk makanan lebih kecil dibandingkan dengan rumah tangga yang memiliki pendapatan rendah.

Faktor tempat membeli menjadi faktor yang paling menentukan responden terhadap perilaku konsumsi. Dikarenakan pada uji hubungan antara variabel x dan variable y faktor tempat membeli memiliki nilai korelasi yang paling tinggi sebesar 0,511. Responden dengan pengeluaran rendah lebih memilih apotek sebagai tempat membeli produk suplemen, dan lebih mengkonsumsi multivitamin sebanyak 3-4 kali dalam seminggu. Hasil dari penelitian ini sependapat dengan Andi (2013), orang lebih memilih membeli produk suplemen di apotek dikarenakan kelengkapan serta ketersediaan produk. Maka dapat diyatakan orang yang kaya dengan pendapatan yang tinggi memiliki pengeluaran yang rendah. Hasil ini sesuai dengan Hukum Engel yang menyatakan peningkatan pendapatan yang dimiliki dapat menyebabkan penurunan proporsi pengeluaran (Kindlerberger, 1989). Responden dengan pengeluaran yang tinggi lebih memilih pasar swalayan untuk pembelian produk suplemen. Serta lebih sering mengkonsumsi minyak ikan, minuman herbal, dan probiotik dengan konsumsi sebanyak 1-2 kali dalam seminggu. Dapat dinyatakan orang dengan penghasilan yang rendah dan memiliki pengeluaran yang tinggi lebih sering mengkonsumsi minyak ikan, minuman herbal, dan probiotik dibandingkan dengan mengkonsumsi multivitamin. Dikarenakan minuman herbal atau jamu lebih mudah didapatkan di pasar swalayan dibandingkan multivitamin. Selain itu juga, keadaan ini menggambarkan ketersediaan produk suplemen bukan lagi menjadi alasan untuk tidak mengkonsumsi, karena sudah banyak tempat pembelian yang menyediakan berbagai produk suplemen.

Pada tabel 20 dapat dilihat terdapat perbedaan nyata secara statistik antara pengeluaran rendah dengan pengeluaran tinggi terhadap jumlah konsumsi minyak ikan, dan probiotik. Responden dengan pengeluaran rendah rata-rata tidak mengkonsumsi, sedangkan responden dengan pengeluaran tinggi mengkonsumsi minyak ikan sebanyak 1 butir sekali mengonsusmi. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan Yusof dan

Duasa (2010), perubahan pendapatan yang dimiliki dapat mempengaruhi pengeluaran konsumsi terhadap suatu komoditas.

