



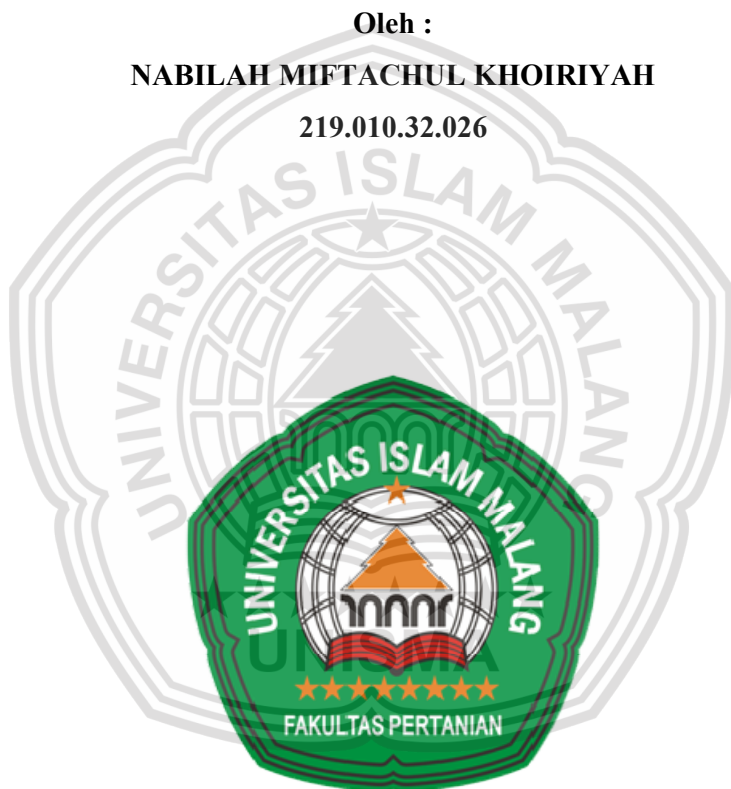
**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MASYARAKAT
TERHADAP KONSUMSI MINUMAN SEHAT DI KOTA MALANG**

SKRIPSI

Oleh :

NABILAH MIFTACHUL KHOIRIYAH

219.010.32.026



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
MALANG**

2023



**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MASYARAKAT
TERHADAP KONSUMSI MINUMAN SEHAT DI KOTA MALANG**

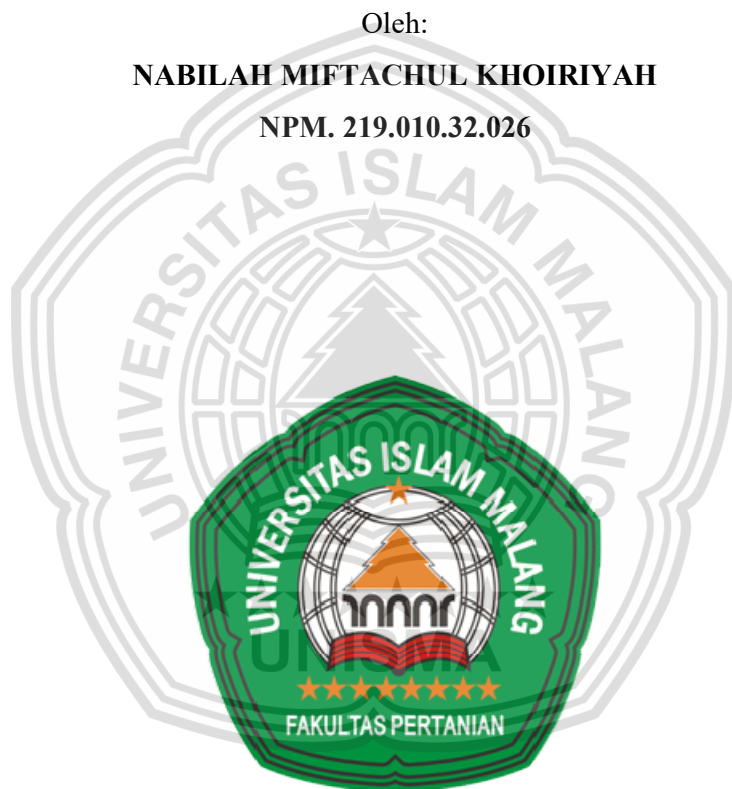
SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Pertanian (S-1)

Oleh:

NABILAH MIFTACHUL KHOIRIYAH

NPM. 219.010.32.026



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
MALANG**

2023




LEMBAR PERSETUJUAN

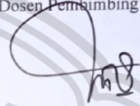
Judul Penelitian : Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat terhadap Konsumsi Minuman Sehat di Kota Malang
Nama : Nabilah Miftachul Khoiriyah
NPM : 21901032026
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I


Dosen Pembimbing II



Ir. Sri Hindarti, M.Si.
NIP. 1930200024


Titis Surva Maha Rianti, SP., MP.
NIP. 190110199332240

Dekan Fakultas Pertanian

Ketua Program Studi Agribisnis


Prof. Dr. Ir. Nurhidayati, MP.
NIP. 1920200015


Dr. Dwi Susilowati, SP., MP.
NIP. 1990200010

Lulus Tanggal: / / 2023




Digitized by: repository@unisma.ac.id



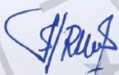
LEMBAR PENGESAHAN


Judul Penelitian : FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
MASYARAKAT TERHADAP KONSUMSI MINUMAN
SEHAT DI KOTA MALANG
Nama : NABILAH MIFTACHUL KHOIRIYAH
Npm : 21901032026
Program Studi : AGRIBISNIS
Fakultas : PERTANIAN

Mengesahkan
Majelis Penguji


Ir. M. Noerhadi Soedjoni, MBA., MP.

Ketua


Ir. Sri Hindarti, M.Si
Anggota


Titis Surya Maha Rianti, SP., MP.
Anggota

PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nabilah Miftachul Khoiriyah

NPM : 21901032026

Program Studi : Agribisnis

Judul Skripsi : Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat terhadap
Konsumsi Minuman Sehat di Kota Malang

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah di ajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi ini dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang-Undang Republik Indonesia No. 12 Tahun 2012, pasal 28 ayat 5 yang berbunyi "Gelar akademik, gelar vokasi, atau gelar pekerjaan yang dinyatakan tidak sah dan dicabut oleh Perguruan Tinggi apabila karya ilmiah yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik, gelar vokasi, atau gelar pekerjaan terbukti merupakan hasil jiplakan atau plagiat", dan pasal 42 ayat 3 yang berbunyi "Lulusan Pendidikan Tinggi yang menggunakan karya ilmiah untuk memperoleh ijazah dan gelar, yang terbukti merupakan hasil jiplakan atau plagiat, ijazahnya dinyatakan tidak sah dan gelarnya dicabut oleh Perguruan Tinggi".

Malang, 06 Januari 2023



Nabilah Miftachul Khoiriyah
NPM. 21901032026

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Tidak ada yang tahu bagaimana hasil dari kerja keras kita, just do your best!
Kalau pun tak sesuai harapan yakinlah banyak pelajaran yang telah kau
dapatkan dalam menjalani prosesnya”*

Skripsi ini kupersembahkan

Sebagai kebanggaan, kerja keras dan tanda baktiku

Kepada orang tuaku ayahanda Khusnul Anam

dan ibunda tercintaku Supartini

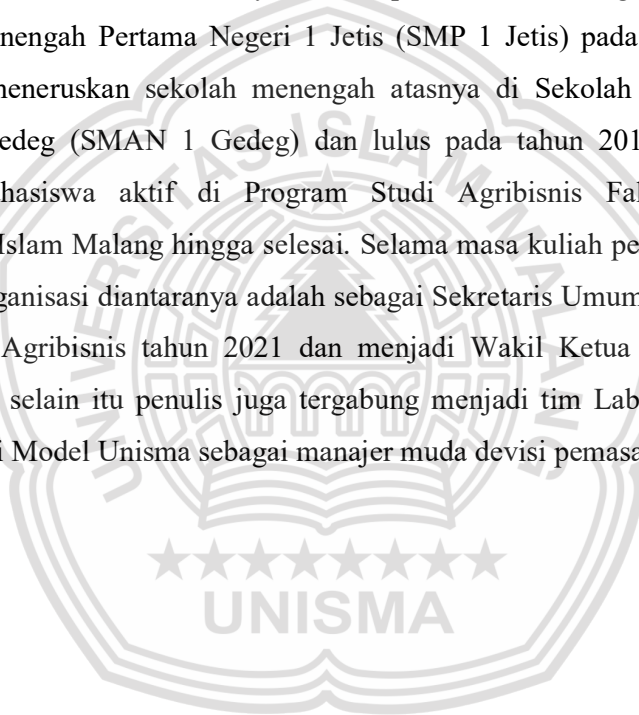
serta semua saudaraku ..



RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Gresik pada tanggal 19 Mei 2001 sebagai putri dari pasangan Bapak Khusnul Anam dan Ibu Supartini menjadi anak keempat dari 5 bersaudara. Penulis menghabiskan masa kecilnya di Kota Gresik sebelum akhirnya pada tahun 2011 memutuskan berpindah ke Kabupaten Mojokerto mengikuti orang tuanya. Penulis menyelesaikan pendidikan dasarnya di Sekolah Dasar Negeri 1 Mojorejo (SDN 1 Mojorejo) pada tahun 2013, kemudian menyelesaikan pendidikan menengah pertamanya di Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Jetis (SMP 1 Jetis) pada tahun 2016 dan kemudian meneruskan sekolah menengah atasnya di Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Gedeg (SMAN 1 Gedeg) dan lulus pada tahun 2019 serta diterima sebagai mahasiswa aktif di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang hingga selesai. Selama masa kuliah penulis aktif dalam beberapa organisasi diantaranya adalah sebagai Sekretaris Umum pada Himpunan Mahasiswa Agribisnis tahun 2021 dan menjadi Wakil Ketua Himpunan pada tahun 2022, selain itu penulis juga tergabung menjadi tim Laboratorium Home Agroindustri Model Unisma sebagai manajer muda devisi pemasaran.



UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Ir. Sri Hindarti selaku dosen pembimbing I yang telah dengan sabar memberikan waktu dan ilmu untuk membimbing penulis.
2. Ibu Titis Surya Maha Rianti, SP., MP. selaku dosen pembimbing II yang telah dengan sabar memberikan waktu dan ilmu untuk membimbing penulis.
3. Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang Ibu Dr. Dwi Susilowati, SP., MP.
4. Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang Ibu Prof. Dr. Ir. Nurhidayati, MP.
5. Rektor Universitas Islam Malang Prof. Dr. H. Maskuri, M. Si. Selaku rektor Universitas Islam Malang beserta jajarannya.
6. Warga Perumahan Villa Bukit Tidar RW 11 yang telah banyak memberikan bantuan ikut berperan dalam memperlancar penelitian dan penulisan skripsi ini.
7. Terima kasih dan rasa hormat yang dalam penulis persembahkan kepada Ibunda dan Ayahanda tercinta, atas dorongan semangat yang kuat, kebijaksanaan dan do'a.
8. Kakakku terkasih Nurul Maulidatus Solicha yang selalu memberiku motivasi dan semangat.
9. Ibu Lia Rohmatul Maula, SP., MP. selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis yang selalu memberikan arahan, saran serta bimbingan akademik dan akademik kepada penulis selama kegiatan perkuliahan.
10. Teman-teman terkasihku Pradila Arum Sekar Wangi, Siti Rohmatul Mudawamah, Nabilla Ardyan Putri, Mita Rovita Sari, Ajeng Nur Safitri yang telah memberikan penulis banyak dukungan secara moral dan tak terhingga nilainya.
11. Semua teman-teman Agribisnis A angkatan 2019, pengurus Himpunan Mahasiswa Agribisnis serta tim Lab Home Agroindustri Model yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Malang, 06 Januari 2023

Penulis

RINGKASAN

Nabilah Miftachul Khoiriyah (219.010.32.026) Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat terhadap Konsumsi Minuman Sehat di Kota Malang. Dosen Pembimbing: 1. Ir. Sri Hindarti, M.Si. 2. Titis Surya Maha Rianti, S.P., M.P.

Pandemi Covid-19 yang mewabah di Indonesia menyebabkan banyaknya pergeseran serta perubahan pola perilaku masyarakat Indonesia. Perubahan yang banyak terjadi adalah pada perubahan pola hidup menjadi lebih sehat. Perubahan tersebut mendukung terciptanya budaya konsumsi makanan dan minuman sehat yang semakin marak digalakkan khususnya di era pasca pandemi Covid-19. Minuman sehat adalah minuman yang dibuat dengan menggunakan bahan-bahan pertanian alami yang tidak mengandung bahan kimia yang berbahaya dalam tubuh. Minuman sehat terdiri dari jus buah dan sayur, sari buah, susu sari kedelai, dan jamu. Namun, berdasarkan data BPS Tahun 2021, angka konsumsi masyarakat khususnya di Kota Malang terhadap konsumsi minuman sehat mengalami penurunan pada tahun 2021 yang seharusnya masih harus meningkat. karena angka pandemi Covid-19 masih belum mengalami penurunan. Oleh karena itu, penting untuk dilakukan penelitian dengan tujuan 1. Mengetahui kondisi sosial ekonomi masyarakat konsumen minuman sehat 2. Mengetahui preferensi masyarakat terhadap minuman sehat yang dipilih 3. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam mengambil keputusan mengonsumsi minuman sehat.

Penelitian dilakukan pada bulan Januari 2023 berlokasi di RW 11 Perumahan Villa Bukit Tidar Kelurahan Merjosari Kecamatan Lowokwaru Kota Malang dengan pertimbangan lokasi tersebut beberapa kali telah digunakan sebagai tempat sosialisasi dan edukasi tentang pembuatan serta konsumsi minuman sehat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *accidental sampling* yakni siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat RW 11 dengan sampel sejumlah 100 orang yang diambil dengan menggunakan metode Slovin. Untuk mengetahui preferensi masyarakat terhadap minuman sehat digunakan analisis konjoin dan analisis regresi logistik untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam mengambil keputusan konsumsi minuman sehat. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa data kuisioner yang didapatkan dari hasil wawancara terhadap responden dengan menggunakan skala likert.

Berdasarkan data yang didapatkan diketahui bahwa masyarakat konsumen minuman sehat paling banyak adalah pada kalangan ibu rumah tangga sejumlah 37% berusia 40-49 tahun sejumlah 33% berlatar belakang pendidikan SMA sejumlah 57% berpendapatan senilai < Rp2.000.000 sejumlah 53% dengan jenis produk minuman sehat yang sering dikonsumsi adalah produk jus buah dan sayur sejumlah 46%.

Hasil analisis preferensi masyarakat diketahui produk minuman sehat yang cenderung disukai oleh masyarakat adalah produk dengan jenis jus buah dan sayur yang memiliki rasa manis bertekstur cair dengan harga yang murah dan produk dapat disimpan. Nilai kepentingan produk terbesar adalah pada atribut rasa senilai

35,234 yang mengartikan bahwa rasa adalah atribut yang paling penting dan menjadi alasan utama masyarakat dalam melakukan konsumsi minuman sehat. Sedangkan nilai produk terendah adalah pada atribut tekstur senilai 6,803 yang mengartikan bahwa tekstur produk adalah atribut yang menjadi alasan terakhir bagi masyarakat terhadap konsumsi minuman sehat.

Pada hasil analisis regresi logistik diketahui dari total 8 variabel yang diujikan, terdapat 6 variabel yang berpengaruh secara nyata terhadap keputusan konsumsi masyarakat. Variabel-variabel tersebut diantaranya yakni pendapatan, tradisi, kesehatan, rasa, tekstur dan harga. Nilai signifikansi pada setiap variabel adalah senilai 0,046 pada variabel pendapatan, senilai 0,009 pada variabel tradisi, 0,006 pada variabel kesehatan, senilai 0,027 pada variabel rasa, 0,043 pada variabel tekstur dan senilai 0,001 pada variabel harga.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut disarankan kepada pelaku usaha khususnya yang bergerak dibidang minuman sehat dapat memperhatikan atribut-atribut yang menjadi preferensi masyarakat seperti produk mengarah kepada jus buah dan sayur yang memiliki rasa manis bertekstur cair dan murah serta produk dapat disimpan. Selain itu, pengembangan penelitian perlu dilakukan dengan menambah variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian seperti variabel gaya hidup, promosi dan distribusi produk serta motivasi mengonsumsi.



ABSTRACT

Nabilah Miftachul Khoiriyah (219.010.32.026) Factors Influencing Community Decisions on Consumption of Healthy Beverages in Malang City. Dosen Pembimbing: 1. Ir. Sri Hindarti, M.Si. 2. Titis Surya Maha Rianti, S.P., M.P.

The Covid-19 pandemic which is endemic in Indonesia has caused many shifts and changes in the behavior patterns of Indonesian people. The changes that occur a lot are changes in lifestyle to be healthier. This change supports the creation of a culture of consumption of healthy food and drinks which is increasingly being encouraged, especially in the post-Covid-19 pandemic era. Healthy drinks are drinks that are made using natural agricultural ingredients that do not contain harmful chemicals in the body. Healthy drinks consist of fruit and vegetable juices, fruit juices, soy milk, and herbs. However, based on BPS data for 2021, the consumption rate for healthy drinks, especially in Malang City, has decreased in 2021, which should still increase. because the number of the Covid-19 pandemic has not yet decreased. Therefore, it is important to carry out research with the objectives of 1. Knowing the socio-economic conditions of the people who consume healthy drinks 2. Knowing people's preferences for the selected healthy drinks 3. Knowing the factors that influence people in making decisions to consume healthy drinks.

The research was conducted in January 2023 located at RW 11 Housing Villa Bukit Tidar, Merjosari Village, Lowokwaru District, Malang City with the consideration that this location has been used several times as a place for outreach and education about making and consuming healthy drinks. The sampling technique used in this study was accidental sampling, that is, anyone who meets the researcher by chance can be used as a sample, if it is deemed that the person met by chance is suitable as a data source. The population in this study was the RW 11 community with a sample of 100 people taken using the Slovin method. To find out people's preference for healthy drinks, conjoint analysis and logistic regression analysis were used to find out the factors that influence people in making healthy drink consumption decisions. The data used in this study is primary data in the form of questionnaire data obtained from interviews with respondents using a Likert scale.

Based on the data obtained, it is known that the most consumers of healthy drinks are housewives, 37% aged 40-49 years, 33% have a high school education background, 57% have income < Rp. 2,000,000, 53% are healthy drink products which are often consumed are fruit and vegetable juice products amounting to 46%.

The results of the community preference analysis show that the health drink products that tend to be preferred by the public are fruit and vegetable juice products that have a sweet taste with a liquid texture at a low price and the product can be stored. The greatest value of product importance is on the taste attribute worth 35.234 which means that taste is the most important attribute and is the main reason for people to consume healthy drinks. While the lowest product value is the texture attribute worth 6.803 which means that product texture is the attribute that is the last reason for people to consume healthy drinks.

Based on the results of the logistic regression analysis, it is known that from a total of 8 variables tested, there are 6 variables that have a significant



effect on people's consumption decisions. These variables include income, tradition, health, taste, texture and price. The significance value for each variable is 0.046 for the income variable, 0.009 for the tradition variable, 0.006 for the health variable, 0.027 for the taste variable, 0.043 for the texture variable and 0.001 for the price variable.

Based on the results of this study, it is suggested to business actors, especially those engaged in healthy drinks, to pay attention to the attributes that are people's preferences, such as products that lead to fruit and vegetable juices that have a sweet taste, liquid texture and are inexpensive, and products can be stored. In addition, research development needs to be done by adding other variables that are not used in research such as lifestyle variables, product promotion and distribution and motivation to consume.



KATA PENGANTAR

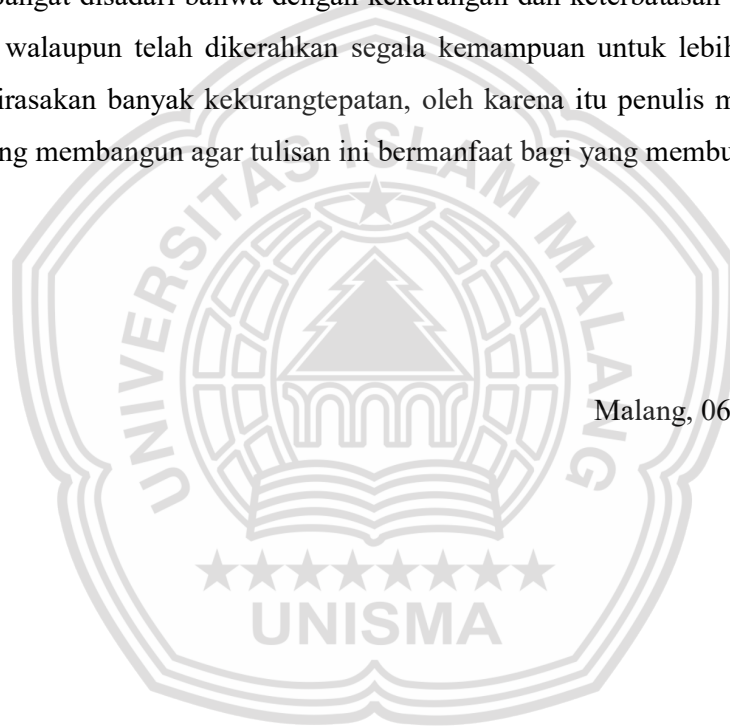
Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah-Mu penulis dapat menyajikan tulisan skripsi yang berjudul : **FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MASYARAKAT TERHADAP KONSUMSI MINUMAN SEHAT DI KOTA MALANG.**

Di dalam tulisan ini, disajikan pokok-pokok bahasan yang meliputi karakteristik masyarakat yang mengonsumsi minuman sehat, preferensi masyarakat terhadap empat jenis produk minuman sehat serta faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam mengonsumsi produk minuman sehat.

Sangat disadari bahwa dengan kekurangan dan keterbatasan yang dimiliki penulis, walaupun telah dikerahkan segala kemampuan untuk lebih teliti, tetapi masih dirasakan banyak kekurangtepatan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Malang, 06 Januari 2023

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	
PERNYATAAN ORIGINALITAS SKRIPSI	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	i
RIWAYAT HIDUP	ii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iii
RINGKASAN.....	iv
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Batasan Masalah.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Teori.....	5
2.2. Hasil Penelitian Terdahulu	9
2.3. Kerangka Berfikir	13
2.4. Hipotesis.....	18
BAB III. METODOLOGI	
3.1. Pendekatan Penelitian	19
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	19
3.3. Populasi dan Metode Pengambilan Sampel	20
3.4. Metode Pengumpulan Data	21
3.5. Metode Analisis Data.....	22
3.6. Definisi Operasional dan Ukuran Variabel (DOV)	27
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian.....	32
4.1.1. Keadaan Umum Lokasi Penelitian	32
4.1.2. Data Karakteristik Responden.....	32
4.1.3. Data Hasil Analisis Konjoin.....	34
4.1.4. Data Distribusi Jawaban Responden	35
4.1.5. Data Hasil Analisis Regresi Logistik.....	38
4.2. Pembahasan.....	39
4.2.1. Karakteristik Masyarakat Konsumen Minuman Sehat.....	39



4.2.2. Preferensi Masyarakat terhadap Minuman Sehat 54

4.2.3. Distribusi Jawaban Responden..... 58

4.2.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Mengonsumsi
Minuman Sehat 59

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan 66

5.2. Saran 66

DAFTAR PUSTAKA 68

LAMPIRAN 72



DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
1.	Rekapitulasi Hasil Penelitian Terdahulu.....	10
2.	Komparasi Hasil Penelitian Terdahulu	12
3.	Kategori Skala Likert.....	21
4.	Atribut Penelitian.....	23
5.	Variabel Penelitian.....	24
6.	Data Karakteristik Sosial Ekonomi Responden	33
7.	Data Karakteristik Konsumsi Responden	33
8.	Hasil Korelasi <i>Pearson's R</i> dan <i>Kendall's tau</i>	35
9.	Nilai Interval dan Kategori Distribusi Jawaban Responden	35
10.	Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Tradisi.....	36
11.	Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Persepsi.....	36
12.	Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Kesehatan	36
13.	Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Rasa	37
14.	Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Aroma.....	37
15.	Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Tekstur.....	37
16.	Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Harga	38
17.	Hasil Uji Keseluruhan Model dan Koefisien Determinasi.....	38
18.	Hasil Uji <i>Hosmer</i> dan <i>Lemeshow Test</i>	38
19.	Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	39
20.	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
21.	Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan	42
22.	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	43
23.	Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan.....	44
24.	Jenis Minuman Sehat yang Sering Dikonsumsi	45
25.	Pemilihan Responden terhadap Merek Jus Buah dan Sayur.....	47
26.	Pemilihan Responden terhadap Merek Sari Buah	47
27.	Pemilihan Responden terhadap Merek Susu Sari Kedelai.....	48
28.	Pemilihan Responden terhadap Merek Ramuan Herbal/Jamu ...	49
29.	Frekuensi Konsumsi Responden terhadap Minuman Sehat.....	50
30.	Asal Produk Minuman Sehat.....	51



31. Frekuensi Pembelian Bahan Baku Responden.....	52
32. Data Keputusan Konsumsi.....	53
33. Preferensi Masyarakat dalam Mengonsumsi Minuman Sehat ...	55
34. Hasil Uji Wald (Variables in the Equation).....	60





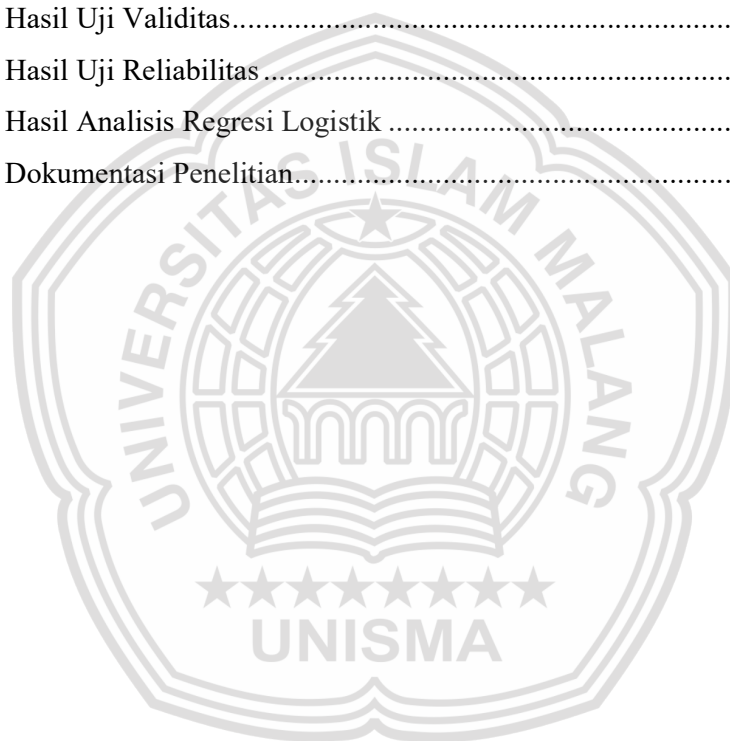
DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
1.	Grafik Konsumsi Minuman Sehat (Sumber: Data BPS, 2022)	2
2.	Kerangka Berpikir.....	18



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian	72
2.	Tabulasi Data Karakteristik Responden Minuman Sehat.....	79
3.	Data Konsumsi Minuman Sehat	82
4.	Tabulasi Data Preferensi Masyarakat.....	86
5.	Tabulasi Data Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Responden	91
6.	Hasil Analisis Konjoin	96
7.	Hasil Uji Validitas.....	97
8.	Hasil Uji Reliabilitas	99
9.	Hasil Analisis Regresi Logistik	100
10.	Dokumentasi Penelitian.....	101



BAB I. PENDAHULUAN

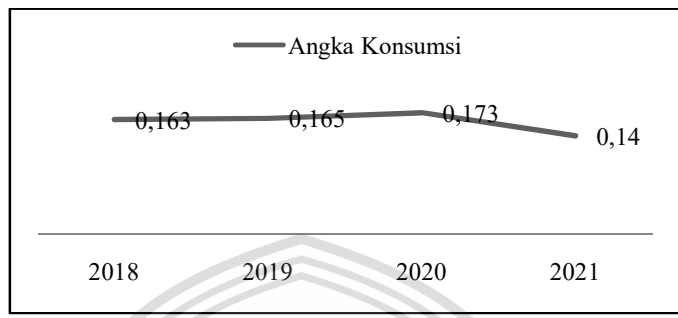
1.1 Latar Belakang

Pandemi Covid-19 memberikan banyak pengalaman dan pelajaran kepada masyarakat Indonesia khususnya pada pola perilaku masyarakat. Perubahan perilaku yang banyak terjadi adalah pada perubahan pola konsumsi makanan dan minuman pada masyarakat yang awalnya dilakukan sesuai kebutuhan dan terkesan seadanya menjadi pola konsumsi sehat (Andin, Titis, & Hakim, 2021). Sebagai upaya untuk pemenuhan pola hidup yang sehat setiap individu dituntut untuk menjalankan usaha-usaha seperti menjaga kebersihan diri, menjaga konsumsi makan dan minum yang sehat, keseimbangan kegiatan, olah raga dan pencegahan penyakit (Susanti & Kholisoh, 2018). Pergeseran perilaku didukung dengan keputusan pemerintah dalam penetapan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) di seluruh wilayah Indonesia. Hal tersebut dikarenakan pembatasan yang dilakukan bukan hanya pada mobilisasi masyarakat akan tetapi juga terjadi pada kegiatan pendistribusian pangan. Sehingga mendorong adanya tuntutan pada masyarakat untuk dapat mengubah dan mengikuti perubahan perilaku dengan menyediakan sendiri pangan yang akan dikonsumsi.

Perubahan tersebut mendukung terciptanya budaya konsumsi makanan dan minuman sehat yang semakin marak digalakkan khususnya di era pasca pandemi Covid-19 (Mulyani, 2020). Adanya perubahan dalam cara hidup orang yang lebih menekankan pada kualitas kesehatan, termasuk kesehatan manusia dan lingkungan (Hubeis, 2013) membawa perubahan pula pada peningkatan pola konsumsi minuman dan minuman sehat. Minuman sehat adalah segala sesuatu yang berbentuk cairan dan mengandung bahan-bahan aktif seperti vitamin dan mineral yang dapat memberikan dampak positif terhadap tubuh. Selain itu, minuman sehat adalah minuman yang terbuat dari bahan-bahan pertanian alami yang tidak mengandung bahan kimia yang berbahaya dalam tubuh. Minuman sehat terdiri dari jus, sari buah, susu, dan jamu.

Data menunjukkan bahwa terjadi peningkatan konsumsi masyarakat terhadap minuman sehat pada tahun 2020 yakni pada tahun awal adanya pandemi Covid-19 (Statistik, 2021). Berdasarkan data yang diperoleh dari BPS diketahui terjadinya penurunan konsumsi minuman sehat dari tahun 2020 sebesar 0,140 per kapita per

minggu menjadi 0,173 per kapita per minggu di tahun 2021 di wilayah Kota Malang. Hal tersebut terjadi ditengah masih maraknya pandemi Covid-19 di Indonesia khususnya di Kota Malang yang menuntut terjalannya melalui gaya hidup sehat dan makan makanan sehat. Angka konsumsi masyarakat terhadap minuman sehat dapat dilihat pada grafik dibawah ini..



Gambar 1. Grafik Konsumsi Minuman Sehat (Sumber: Data BPS, 2022)

Konsumsi masyarakat terhadap minuman sehat dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang mendasari. Diantaranya dapat dipengaruhi oleh faktor sosial ekonomi masyarakat yang mengonsumsi maupun faktor yang melekat pada produk minuman sehat. Adapun minuman sehat yang menjadi fokus penelitian adalah minuman sehat yang mengandung vitamin serta mineral yang memberikan efek positif terhadap tubuh dan terbuat dari sumber pangan nabati (bahan pertanian). Minuman sehat yang dimaksud terdiri dari jus buah dan sayur, minuman sari buah, susu sari kedelai serta minuman ramuan herbal/jamu.

Dalam Islam makanan dan minuman yang dikonsumsi sehari-hari haruslah makanan yang halal dan baik untuk kesehatan tubuh (Hardiyanto, 2017). Mengonsumsi makanan yang seperti itu diharapkan akan memberikan dampak positif bagi tubuh baik dari segi kesehatan tubuh maupun dari segi ketenangan jiwa. Selain itu, dikutip dari Dewi dalam (Hardiyanto, 2017) makanan yang baik (thoyib) adalah makanan yang merangsang rasa lapar pada konsumen dan sehat bagi tubuh dan jiwa. Mengonsumsi makanan yang halal dan thoyib diwajibkan untuk dikonsumsi sesuai dengan firman Allah dalam Surah Al-Maidah ayat 88 yang artinya: “Makanlah makanan yang halal dan bergizi yang disediakan Allah untukmu, dan bertakwalah kepada Allah atas apa yang kamu berikan kepadanya”. Dalam surah tersebut dijelaskan bahwa makanan manusia di bumi

diwajibkan untuk makan makanan halal dan sehat sehingga akan memberikan dampak positif yang baik bagi kesehatan tubuh maupun batin.

Hingga saat ini belum ada penelitian yang membahas secara khusus mengenai faktor yang mempengaruhi menurunnya tingkat konsumsi masyarakat terhadap minuman sehat. Adanya penelitian dinilai sangat penting dilakukan sebagai bahan pengetahuan dan evaluasi bagi perusahaan-perusahaan dalam merancang pemasaran sesuai dengan preferensi masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat khususnya pada masa pandemi Covid-19 serta pasca pandemi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana kondisi sosial ekonomi masyarakat yang mengonsumsi minuman sehat?
2. Bagaimana preferensi masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat?
3. Apa saja faktor yang berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat diambil tujuan sebagai berikut.

1. Mengetahui kondisi sosial ekonomi masyarakat yang mengonsumsi minuman sehat.
2. Mengetahui preferensi masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat.
3. Mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat.

1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan-batasan dalam penelitian ini adalah:

1. Lokasi yang diambil untuk penelitian adalah masyarakat Perumahan Vila Bukit Tidar RW 11, Kelurahan Merjosari Kecamatan Lowokwaru Kota Malang.
2. Topik dan pembahasan penelitian adalah mengenai kondisi sosial ekonomi dan preferensi masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat.

3. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Perumahan Vila Bukit Tidar RW 11 yang pernah mengkonsumsi minuman sehat.
4. Golongan minuman sehat yang digunakan dalam penelitian ini adalah yang terbuat dari sumber pangan nabati (hasil pertanian) diantaranya jus buah dan sayur, sari buah, susu sari kedelai dan minuman jamu tradisional/minuman herbal.

1.5 Manfaat dan *Output* Penelitian

1.5.1. Manfaat penelitian

Dalam penyusunannya penelitian ini dilaksanakan dengan maksud untuk memiliki nilai guna terhadap.

1. Bagi peneliti, sebagai syarat untuk memenuhi studi sarjana S1 program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang.
2. Bagi tempat penelitian, memberikan informasi terkait dengan preferensi konsumen daerah yang diteliti sebagai pengetahuan bagi pihak-pihak yang membutuhkan.
3. Bagi pihak industri, sebagai masukan maupun informasi bagi produsen-produsen produk minuman sehat dalam mengetahui faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam mengkonsumsi minuman sehat.

Bagi pembaca, penelitian ini dapat menjadi sumber informasi, bahan perbandingan, dan bahan pustaka bagi penelitian yang serupa.

1.5.2. *Output* Penelitian ★★★★★★★★★★

Adapun output penelitian ini adalah:

1. Artikel yang diterbitkan pada jurnal terakreditasi nasional.
2. Publikasi pada media masa terkait dengan hasil penelitian yang telah didapatkan.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Teori

2.1.1. Minuman Sehat

Konsumsi adalah kegiatan menggunakan, mengenakan, memakan, meminum atau pun kegiatan lain yang dilakukan seorang individu terhadap sebuah produk barang atau jasa. Kegiatan konsumsi dilakukan setelah seorang konsumen melakukan kegiatan pembelian akan sebuah produk sehingga dapat diartikan bahwa konsumsi merupakan langkah yang akan dijalani konsumen setelah melakukan pembelian.

Dikutip dari tulisan Veronica dan Ilmi, berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI yang disebut minuman adalah semua barang yang dapat diminum (Veronica & Ilmi, 2020). Sedangkan menurut Vidya, dkk minuman adalah segala sesuatu yang dapat dikonsumsi untuk menghilangkan rasa haus. Minuman kesehatan adalah produk minuman dalam kemasan yang berbentuk cair, serbuk, atau tablet yang mengandung gizi dan memiliki klaim kesehatan (Vidya, Nisa, & Palupi, 2018). Minuman sehat yang akan menjadi konsentrasi dalam penelitian ini adalah 4 golongan yakni jus buah dan sayur, minuman sari buah, minuman susu sari kedelai serta minuman herbal/jamu.

Jus merupakan minuman yang dihasilkan dari proses pencampuran sebuah bahan dengan air yang kemudian dihancurkan agar kedua bahan tersebut tercampur menjadi sebuah larutan. Maka dari itu jus buah/jus sayur/jus buah dan sayur adalah hasil dari pencampuran buah/sayur/buah dan sayur dengan air yang kemudian dihaluskan menjadi sebuah larutan. Meminum jus buah dan sayur merupakan alternatif dalam mengonsumsi buah dan sayur. Walaupun dari segi konsumsinya produk jus mudah dan praktis namun jus buah dan sayur tidak mudah tahan lama terlebih apabila didiamkan didalam ruang terbuka dengan suhu normal karena karakteristik buah dan sayur yang mudah mengalami pembusukan dan terfermentasi.

Berbeda dengan jus buah dan sayur, sari buah merupakan produk minuman yang berasal dari proses pemasakan yang dilakukan dengan merebus buah dengan waktu yang lama dengan tujuan untuk mengeluarkan sari buah. Air rebusan buah yang sudah berubah rasa dan warnanya tersebut yang disebut

dengan sari buah. Walaupun rasanya lebih menyengat dan kuat apabila dibandingkan dengan jus buah namun produk sari buah ini memiliki daya simpan yang relatif lebih panjang bila dibandingkan dengan produk jus buah dan sayur.

Dikutip dari Rohmani dkk pada tahun 2018 susu kedelai adalah susu dengan harga murah, memiliki nilai gizi tinggi serta cocok untuk golongan umur tua dan muda (Rohmani, Yugatama, & Prihapsari, 2018). Susu kedelai merupakan susu yang berasal dari pangan nabati yang dihasilkan dari sari kacang kedelai. Susu kedelai merupakan produk susu yang dipilih oleh masyarakat sebagai ganti susu sapi bagi orang-orang tertentu yang memiliki alergi terhadap susu sapi.

Minuman tradisional herbal atau jamu adalah minuman kesehatan yang biasanya menjadi pilihan bagi masyarakat dengan atau tanpa gejala penyakit tertentu. Di pedesaan, konsumsi terhadap jamu masih terus terjalankan hingga pada saat ini. Mengonsumsi minuman herbal atau jamu jauh lebih baik dalam mencegah maupun mengobati penyakit. Hal ini terjadi karena dalam minuman herbal atau jamu terkandung bahan-bahan alam yang dalam pembuatannya tidak ditambahkan bahan pengawet atau bahan kimia lain.

2.1.2. Preferensi Masyarakat

Perilaku konsumen atau *consumer behaviour* merupakan suatu kajian mengenai unit pembelian (*buying units*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi dan pembuangan barang, jasa, pengalaman serta ide-ide (Rohmah & Subari, 2021). Teori mengenai perilaku konsumen memiliki beragam fungsi dan kegunaan dalam kegiatan pemasaran suatu perusahaan khususnya dalam mengamati preferensi konsumen dalam menggunakan sebuah produk barang maupun jasa. Salah satu cara dalam memahami perilaku konsumen yakni dengan menggunakan preferensi konsumen yang mana menggambarkan alasan-alasan mengapa orang lebih suka terhadap suatu barang daripada barang lain (Azmansyah & Arief, 2017). Perilaku seseorang dalam melakukan keputusan untuk membeli dan mengonsumsi dapat dikatakan sebagai sesuatu yang unik sebab preferensi dan sikap terhadap sebuah objek produk setiap orang berbeda-beda (Vidya, Nisa, & Palupi, 2018).

Preferensi merupakan kecenderungan seseorang dalam melakukan pemilihan terhadap suatu produk yang didasarkan atas keinginan dan selera yang dimiliki individu tersebut (Al Farisi, 2020). Preferensi juga didefinisikan sebagai sebuah pilihan suka atau tidak sukanya seseorang didalam memilih suatu produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi (Rohmah & Subari, 2021). Dalam melakukan pembelian maupun pemakaian (konsumsi) atas suatu jasa maupun produk setiap individu pasti didasari oleh suatu dorongan dalam melakukan hal tersebut sehingga setiap produk memiliki spesifikasi yang beragam sesuai dengan sasaran pasar perusahaan.

Masyarakat seperti yang dikemukakan oleh Taluke adalah suatu kenyataan yang objektif secara mandiri, bebas dari individu-individu yang merupakan anggota-anggotanya (Taluke, Lakat, & Sembel, 2019). Masyarakat secara umum dapat dikatakan sebagai sekumpulan individu-individu atau orang yang hidup bersama. Masyarakat disebut dengan *society* yang memiliki interaksi sosial, perubahan sosial dan rasa kebersamaan. Selain itu, masyarakat juga berasal dari kata latin *socius* yang berarti kawan.

Dikutip dari penelitian yang telah dilakukan oleh Prasetyo dan Irwansyah istilah masyarakat berasal dari dari bahasa Arab yakni *syaraka* yang memiliki arti ikut serta dan ikut berpartisipasi (Prasetyo & Irwansyah, 2020). Masyarakat dalam menjalani kehidupan sehari-hari membutuhkan atas ketercukupan sandang pangan dan papan sebagai kebutuhan pribadi mereka. Khususnya pada kebutuhan pangan yang dibutuhkan bukan hanya kecukupan tapi juga kondisi dan jaminan kualitas pangan yang tersedia. Diantaranya adalah jumlah, kondisi fisik, serta kandungan vitamin dan mineral.

Preferensi masyarakat berarti kecenderungan individu untuk melakukan pemilihan terhadap sebuah produk barang maupun jasa dalam suatu masyarakat. Pembelian yang dilakukan oleh seseorang adalah respon yang diberikan setelah seseorang menerima stimuli (stimulus). Stimulus merupakan setiap bentuk fisik, visual yang dapat mempengaruhi tanggapan individu (Huda, 2017). Ada dua tipe stimulus yang bisa mempengaruhi perilaku konsumen yakni pemasaran dan lingkungan (sosial dan budaya).

Stimulus pemasaran adalah setiap komunikasi yang didesain oleh pelaku usaha untuk mempengaruhi konsumen. Produk dan komponen-komponennya yang terdiri dari isi, kemasan, ciri-ciri fisik adalah stimuli utama. Komunikasi yang didesain untuk mengetahui konsumen adalah stimuli tambahan yang mempresentasikan produk seperti kata-kata, gambar, dan simbol atau melalui stimuli lain yang diasosiasikan dengan produk (harga, tempat penjualan, sales).

2.1.3. Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Masyarakat

Perilaku membeli produk minuman kesehatan dilakukan dengan didasari oleh preferensi dan kebutuhan konsumen, salah satunya mempertimbangkan atribut produk (Vidya, Nisa, & Palupi, 2018). Adanya 2 dimensi yang ada dalam atribut produk diantaranya adalah atribut intrinsik dan atribut ekstrinsik. Atribut intrinsik merupakan berbagai atribut spesifik yang terkandung dalam sebuah produk yang akan menghilang saat produk tersebut dikonsumsi dan tidak dapat diubah tanpa mengubah sifat-sifat dari produk (gizi, rasa, aroma, kelezatan, warna, tekstur maupun bentuk). Atribut ekstrinsik merupakan semua hal yang menyangkut dengan suatu produk (merek, label, harga, desain, kemasan, dan kebersihan produk).

Preferensi masyarakat terhadap sebuah produk makanan atau minuman dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Dikutip dari Elis dalam Hardiyanto menyatakan bahwa preferensi masyarakat dipengaruhi oleh individu, lingkungan dan karakteristik produk pangan. Karakteristik individu yang dimaksud adalah umur, jenis kelamin, pendidikan, pendapatan, dan pengetahuan masyarakat akan kandungan gizi. Karakteristik lingkungan terdiri dari keluarga, tingkat sosial, musim dan mobilitas masyarakat. Sedangkan karakteristik produk meliputi rasa, warna, aroma dan kemasan produk. Dari ketiga karakteristik tersebut akan saling berkaitan dan saling mempengaruhi satu sama lain (Hardiyanto, 2017).

Menurut Tjiptono (1997) atribut produk merupakan unsur-unsur yang dilihat penting oleh konsumen dan dijadikan dasar sebagai pengambilan keputusan dalam hal pembelian. Atribut produk meliputi pelayanan, merek, garansi (jaminan), kemasan dan lainnya. Sedangkan atribut produk menurut Sangadji dan Sopiah (2013) yaitu karakteristik atau fitur yang mungkin dimiliki

atau tidak dimiliki oleh suatu barang atau objek. Menurut Yudhianto (2017), ada 4 faktor yang berpengaruh terhadap konsumsi masyarakat pada suatu produk, yaitu:

a. Faktor sosial

Dalam faktor sosial terdapat beberapa komponen yakni kelompok, keluarga, peran atau status di masyarakat, dan *prestise* atau kebanggaan akan pemakaian suatu produk tertentu.

b. Faktor ekonomi

Dalam faktor ekonomi menggambarkan situasi ekonomi pribadi seseorang dan kedudukan seseorang dalam bermasyarakat yang biasanya ditentukan oleh unsur pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan.

c. Faktor budaya

Pada faktor budaya mempengaruhi kepercayaan dalam keputusan konsumsi suatu produk yang dapat ditinjau dari cara hidup, kebiasaan, dan tradisi.

d. Faktor psikologis

Faktor psikologis yang dapat mempengaruhi setiap individu dalam mengonsumsi suatu produk adalah motivasi, pengetahuan, keyakinan dan sikap.

2.2. Hasil Penelitian Terdahulu

2.1.1. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Bryan Givan dan Slamet Heri Winarno yang melakukan penelitian dengan judul “Green Product dan Gaya Hidup Pengaruhnya Pada Keputusan Pembelian (Studi Kasus Natural Coffe)” pada tahun 2019. Hasil dari penelitian tersebut diketahui bahwa keputusan pembelian konsumen terhadap produk dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh faktor green product dan gaya hidup.

Penelitian (Al Farisi, 2020) dengan judul “Preferensi Masyarakat Terhadap Pembelian Produk Makanan Halal di Dusun Mlangi Yogyakarta”. Hasil dari penelitian tersebut diketahui bahwa faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam pembelian produk makanan halal adalah faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis sedangkan faktor yang tidak berpengaruh adalah faktor budaya.

Penelitian (Rohmah & Subari, 2021) dengan judul “Preferensi Konsumen Terhadap Produk Minuman Kopi di Kopi Janji Jiwa Jilid 324 Surabaya”. Hasil

dari penelitian tersebut diketahui bahwa sebagian besar konsumen adalah golongan usia 17-25 tahun dengan pendidikan perguruan tinggi, pekerjaan pelajar atau mahasiswa dengan penghasilan sebesar Rp1.000.000-Rp1.500.000 sedangkan untuk atribut yang menjadi pilihan konsumen yakni kopi dengan es kopi susu, topping ice cream, rasa manis dengan harga Rp23.000.

Penelitian (Megananda & Sanaji, 2021) dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup Sehat dan Citra Merek Terhadap Preferensi Konsumen Minuman Ready To Drink (RTD)”. Hasil penelitian tersebut diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel gaya hidup sehat terhadap preferensi konsumen serta ada pengaruh positif dan signifikan pula antara variabel citra merek terhadap preferensi konsumen.

Penelitian (Ummah & Hayati, 2022) dengan judul “Preferensi Konsumen Jamu Kunyit Asam di Madura”. Hasil penelitian tersebut diketahui bahwa konsumen jamu kunyit asam didominasi oleh wanita berusia 10-25 tahun dengan tingkat pendidikan SMA/Mahasiswa serta jumlah pendapatan rata-rata sebesar Rp500.000. Atribut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli jamu kunyit asam secara berurutan adalah atribut rasa, atribut aroma, atribut kemasan, atribut warna dan atribut harga.

2.1.2. Rekapitulasi Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Penelitian Terdahulu

Peneliti (Tahun)	Tujuan	Metode Analisis	Hasil
Bryan Givan dan Slamet Heri Winarno (2019)	Menjelaskan bagaimana produk hijau dan gaya hidup masyarakat berpengaruh pada keputusan pembelian produk natural coffe.	Menggunakan regresi linier berganda menggunakan alat bantu analisis SPSS dengan variabel X_1 adalah <i>green product</i> dan X_2 adalah gaya hidup	Dari hasil output analisis diketahui adanya kontribusi positif dari <i>green product</i> dan gaya hidup namun nilai konstanta negatif maka dari itu disimpulkan bahwa nilai keputusan pembelian akan bernilai positif apabila nilai <i>green product</i> dan gaya hidup berada pada nilai tertentu.

Peneliti (Tahun)	Tujuan	Metode Analisis	Hasil
Muhammad Salman Al Farisi (2020)	Mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam pembelian produk kopi modern	Metode yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda	Terdapat 4 faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen yaitu faktor citra kedai atau brand image, faktor pelayanan atau service, faktor kopi dan faktor sentuhan modern.
Alsa Nailur Rohmah (2021)	Mengetahui karakteristik konsumen dan atribut yang menjadi pilihan konsumen dalam membeli minuman kopi di Janji Jiwa Jilid 324 Surabaya.	Metode yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan analisis conjoin.	Hasil yang diperoleh menunjukkan karakteristik konsumen sebagian besar usia 17-25 tahun dengan pendidikan perguruan tinggi, pekerjaan pelajar/mahasiswa dan penghasilan Rp 1.000.000 - Rp 1.500.000. Atribut yang menjadi pilihan konsumen yakni kopi dengan varian es kopi susu, topping ice cream, rasa manis dengan harga Rp23.000.
Fahreza Septa Megananda (2021)	Menganalisis pengaruh gaya hidup sehat dan citra merek terhadap preferensi konsumen terhadap minuman siap saji.	Menggunakan regresi linier berganda dengan menggunakan data yang diambil dari 116 responden.	Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel gaya hidup sehat terhadap preferensi konsumen, serta ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel citra merek terhadap preferensi konsumen.
Hikmatul Ummah dan Mardiyah Hayati (2022)	Menganalisis karakteristik responden konsumen jamu kunyit asam serta menganalisis preferensi konsumen	Metode penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan model analisis konjoin	Atribut yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli jamu kunyit asam secara berurutan adalah

Peneliti (Tahun)	Tujuan	Metode Analisis	Hasil
	dalam pengambilan keputusan pembelian jamu kunir asam.	berdasarkan atas data yang telah diambil dengan menggunakan kuesioner.	atribut rasa, atribut aroma, atribut kemasan, atribut warna dan atribut harga.
Nabilah Miftachul Khoiriyah (2022)	Untuk mengetahui kondisi sosial ekonomi, preferensi dan faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat.	Wawancara dengan menggunakan kuesioner terhadap konsumen yang pernah membeli produk dan dianalisis dengan model analisis konjoin untuk mengetahui preferensi masyarakat dan analisis regresi logistik untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi masyarakat mengonsumsi minuman sehat.	-

2.1.3. Komparasi Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 2. Komparasi Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian (Tahun)	Kesamaan	Perbedaan	Keterangan
Bryan Givan dan Slamet Heri Winarno (2019)	Melakukan penelitian terhadap preferensi konsumen terhadap sebuah produk minuman.	Analisis pada produk kopi dengan metode analisis regresi linier berganda.	Dapat dilihat persamaan dan perbedaan dari hasil penelitian terdahulu.
Muhammad Salman Al Farisi (2020)	Melakukan penelitian terhadap preferensi konsumen terhadap sebuah produk minuman.	Analisis dilakukan pada produk kopi dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda.	Dapat dilihat persamaan dan perbedaan dari hasil penelitian terdahulu.
Fahreza Septa Megananda	Melakukan penelitian terhadap preferensi	Analisis pada minuman siap saji	Dapat dilihat persamaan dan

Penelitian (Tahun)	Kesamaan	Perbedaan	Keterangan
(2021)	konsumen (pengaruh gaya hidup sehat dan citra merek) terhadap sebuah produk	dengan metode analisis regresi linier berganda.	perbedaan dari hasil penelitian terdahulu.
Alsa Nailur Rohmah (2021)	Melakukan penelitian preferensi konsumen terhadap pembelian kopi di Janji Jiwa.	Analisis pada produk minuman kopi dengan menggunakan metode analisis konjoin.	Dapat dilihat persamaan dan perbedaan dari hasil penelitian terdahulu.
Hikmatul Ummah dan Mardiyah Hayati (2022)	Melakukan penelitian terhadap preferensi konsumen terhadap pembelian sebuah produk minuman sehat	Dilakukan dengan menggunakan model analisis konjoin dengan menggunakan data sosial ekonomi konsumen dan atribut produk yang diuji	Dapat dilihat persamaan dan perbedaan dari hasil penelitian terdahulu

Atas dasar penelitian terdahulu, maka inovasi pada penelitian Nabilah Miftachul Khoiriyah (2022) adalah dengan menggunakan fokus produk pada minuman sehat yang masih belum pernah diteliti dan dengan menggunakan 2 metode analisis yakni analisis konjoin dalam melihat preferensi masyarakat serta analisis logistik dalam melihat faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat. Selain itu, variabel baru yang dimunculkan yakni variabel tradisi, dampak kesehatan, serta persepsi masyarakat yang menjadi pembaharuan penelitian karena belum pernah diteliti sebelumnya.

2.3. Kerangka Berfikir

Masyarakat Indonesia tengah mengalami perubahan pola perilaku dan gaya hidup seiring dengan adanya pandemi Covid-19. Khususnya pada perubahan-perubahan pada perilaku masyarakat terhadap makanan dan minuman yang dikonsumsi. Perubahan pola perilaku yang paling jelas terlihat adalah pada pergeseran pola hidup yang berorientasi pada kesehatan dengan memperhatikan beberapa aspek. Aspek utama yang menjadi fokus adalah terhadap kesehatan sebagai upaya pencegahan penularan virus pandemi yang menjadi akar dalam terjangkitnya virus Covid-19. Masyarakat mulai mengakrabkan diri dengan

makanan serta minuman yang berbau “kesehatan” untuk dapat mengobati dan mencegah terpaparnya virus pandemi Covid-19 khususnya pada konsumsi makanan dan minuman sehat. Minuman sehat adalah produk yang banyak dikonsumsi. Selain produk minuman lebih mudah dalam konsumsinya, produk minuman juga mudah dalam penyimpanannya.

Di tengah maraknya penyebaran virus Covid-19 yang masih menjadi fokus pencegahan, angka konsumsi masyarakat terhadap minuman sehat mengalami penurunan. Penurunan angka konsumsi terjadi khususnya pada masyarakat Kota Malang. Julukan Kota Malang sebagai kota wisata yang mana juga dekat dengan Kota Batu menjadikan banyak wisatawan yang akan berkunjung ke Kota Malang. Sehingga seharusnya konsumsi masyarakat terhadap minuman sehat harus tetap atau mengalami peningkatan. Minuman sehat memiliki banyak jenis yang bermacam-macam pula bentuknya. Minuman sehat yang digunakan dalam penelitian ini adalah minuman yang terbuat dari bahan hasil pertanian dan berbentuk cair yang siap dikonsumsi. Produk minuman sehat yang digunakan adalah jus buah dan sayur, sari buah, susu sari kedelai, ramuan herbal/jamu.

Dalam mengonsumsi minuman sehat, masyarakat dihadapkan pada atribut-atribut produk yang melekat pada minuman sehat. Atribut minuman sehat yang digunakan adalah atribut jenis minuman sehat, rasa, tekstur, harga dan umur simpan. Jenis minuman sehat yang digunakan adalah minuman yang termasuk dalam 4 golongan diantaranya jus buah dan sayur, sari buah, susu sari kedelai, dan minuman ramuan herbal/jamu. Penelitian yang dilakukan Sayekti, dkk mengenai preferensi terhadap produk minuman menunjukkan bahwa dari total 16 produk minuman sehat yang diteliti produk yang paling tinggi dikonsumsi adalah produk air putih di urutan pertama yang disusul oleh konsumsi jus, susu, jamu dan sari buah (Sayekti, Adawiyah, Indriyani, Tantriadisti, & Syafani, 2021). Produk jus buah dan sayur adalah produk yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat apabila dibandingkan dengan 4 produk minuman sehat lainnya. Tingkat konsumsinya akan semakin berkembang sesuai dengan pertumbuhan penduduk. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya produsen jus buah dan sayur baik yang bermerek maupun tidak bermerek semakin mudah dijumpai di pasaran.

Produk susu banyak digemari karena selain jus buah dan sayur, produk susu juga memiliki kandungan vitamin dan mineral yang cukup tinggi. Produk susu tidak hanya berupa sumber hewani (susu sapi, kambing, dan hewan lainnya) namun dapat berupa sumber nabati yakni susu yang terbuat dari sari kedelai. Produk susu kedelai banyak digemari seiring dengan banyaknya masyarakat yang memiliki alergi terhadap susu sapi. Selain itu, susu kedelai juga digemari karena memiliki ciri khas rasa tersendiri yang tidak terdapat pada produk susu hewani.

Jenis minuman sehat lain yang banyak dikonsumsi selain jus dan produk susu adalah jamu dan sari buah. Jamu masih sering dijumpai masyarakat yang tetap menerapkan tradisi mengonsumsi jamu/ramuan herbal. Dikutip dari penelitian yang telah dilakukan oleh Hadijah sebanyak 80% penduduk negara Asia dan Afrika menggunakan ramuan herbal/jamu untuk mengatasi masalah kesehatannya (Hadijah, 2015). Selain itu, sari buah dikonsumsi dengan pertimbangan lebih praktis dan dapat disimpan dalam jangka waktu yang lebih lama.

Atribut lain yang menjadi pertimbangan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat adalah rasa, aroma, tekstur dan umur simpan produk. Berdasarkan penelitian mengenai preferensi konsumen terhadap minuman jamu yang dilakukan oleh Ekadipta diketahui pertimbangan konsumen dalam membeli jamu adalah dari aspek rasa senilai 3,08%, aspek aroma senilai 2,64%, aspek harga produk senilai 2,20% dan kemudahan penyimpanan senilai 3,52% (Ekadipta & Arthono, 2020) yang mana hal tersebut menunjukkan bahwa pemilihan konsumen terhadap konsumsi minuman sehat ditentukan dari 4 atribut yang telah disebutkan di atas.

Keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang mana berdasarkan penelitian-penelitian yang pernah dilakukan terdapat pengaruh secara positif. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Alsa Nailur Rohma bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam mengonsumsi adalah variabel pendidikan, penghasilan, harga produk, dan rasa produk (Rohmah & Subari, 2021).

Variabel penghasilan atau pendapatan merupakan faktor yang mempengaruhi terhadap konsumsi minuman sehat karena faktor ekonomi menjadi faktor yang cukup berpengaruh terhadap pemilihan seseorang dalam melakukan pembelian. Pada dasarnya, masyarakat akan memilih produk dengan harga yang relatif lebih

mudah. Sedangkan, pada masa pandemi produk sehat merupakan produk dengan tingkat kebutuhan yang lebih dipentingkan oleh masyarakat. Begitu juga dengan harga produk. Tidak semua produk yang dikonsumsi oleh masyarakat adalah produk buatan sendiri sehingga perlu diketahui pilihan masyarakat terhadap harga produk minuman sehat.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya diketahui bahwa atribut atribut rasa, atribut aroma, atribut kemasan, atribut warna dan atribut harga menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam memutuskan konsumsi minuman sehat (Ummah & Hayati, 2022). Rasa merupakan suatu hal yang sangat kompleks karena kesukaan seseorang terhadap suatu rasa sangat bervariasi. Rasa juga meliputi tekstur dan aroma produk. Walaupun demikian, bagi pelaku industri kecenderungan masyarakat terhadap suatu rasa merupakan informasi penting.

Penelitian yang telah dilakukan Elfriyanti menunjukkan bahwa keputusan seseorang dalam mengonsumsi minuman sehat dipengaruhi oleh 4 faktor diantaranya ekonomi, sosial, budaya, psikologis (Elfariyanti, Maifera, Fauziah, & Hardiana, 2020). Faktor ekonomi adalah faktor pendapatan yang diterima oleh masyarakat. Faktor budaya adalah tradisi (kebiasaan) yang dilakukan oleh seseorang dalam melakukan konsumsi minuman sehat, apakah kebiasaan konsumsi minuman sehat sudah menjadi kebiasaan dalam keluarga dan menjadi tradisi (Wardana & Rianti, 2022) atau kebiasaan tersebut tercipta dari adanya pandemi Covid-19. Sedangkan pada faktor psikologis adalah persepsi serta anggapan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat terhadap kesehatan tubuh.

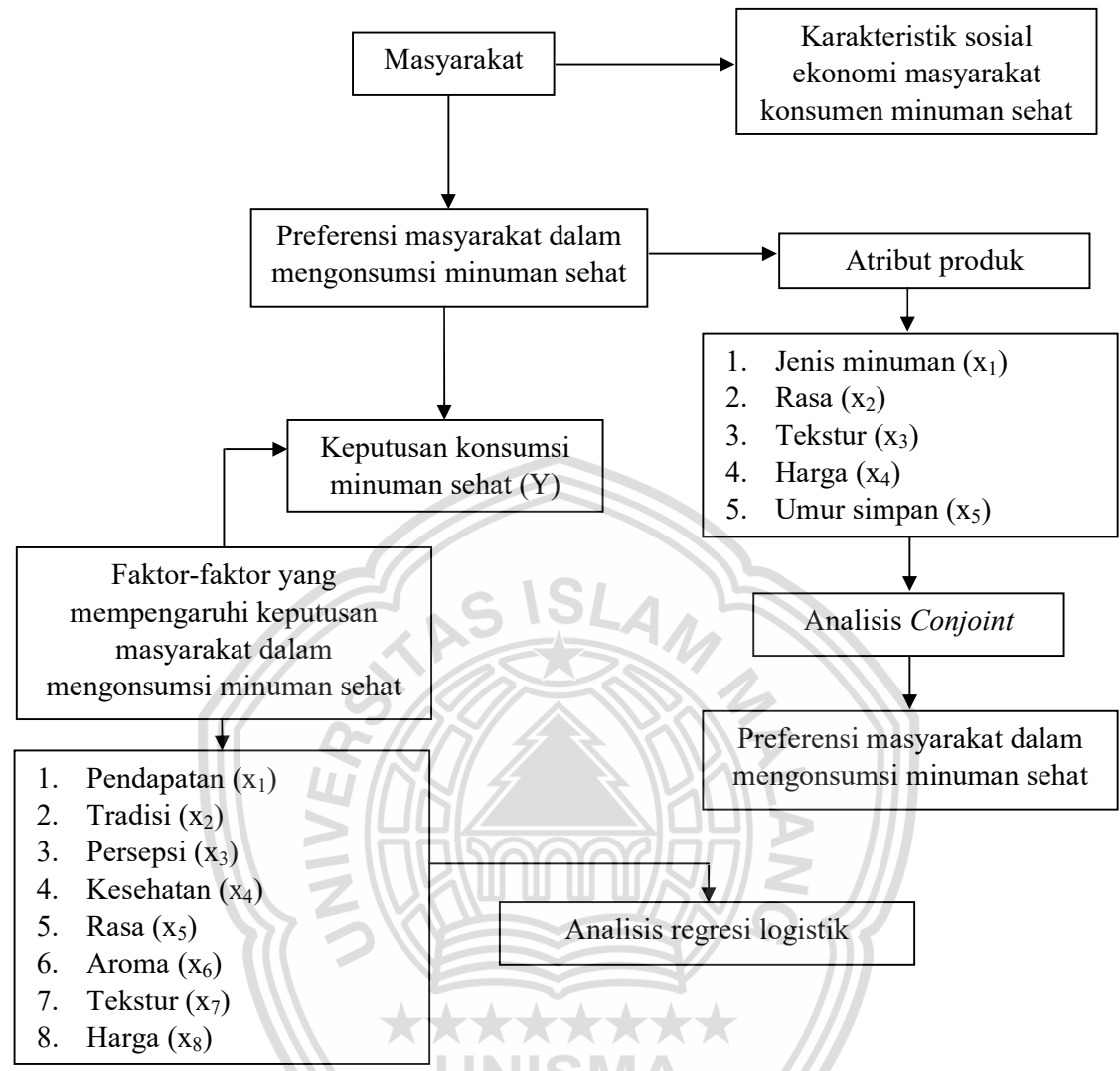
Dari penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwa motivasi terbesar konsumen dalam mengonsumsi minuman sehat adalah untuk memelihara kesehatan disusul dengan mengonsumsi dengan motivasi sebagai alternatif pengobatan. Selain itu, konsumen percaya bahwa dengan mengonsumsi minuman sehat terbukti ampuh dalam menjaga dan meningkatkan stamina serta ketahanan tubuh (Ekadipta & Arthono, 2020). Hal ini sejalan dengan kondisi pandemi Covid-19 yang sedang terjadi di Indonesia. Kondisi lingkungan yang menuntut adanya penerapan pola hidup sehat juga merubah pola konsumsi masyarakat yang berorientasi pada kesehatan.

Penelitian lain mengungkapkan bahwa kualitas produk yang terdiri dari daya ketahanan produk/masa simpan produk merupakan faktor terpenting yang mempengaruhi masyarakat dalam melakukan konsumsi terhadap minuman sehat (Dewi & Prabowo, 2018). Berdasarkan atas hasil penelitian-penelitian yang telah dilakukan terdahulu maka penelitian ini menggunakan variabel-variabel yang telah terbukti memiliki pengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat.

Atribut-atribut yang digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen dalam mengonsumsi minuman sehat adalah atribut jenis (X_1) yang memiliki level atribut 1. Jus buah dan sayur, 2. Sari buah, 3. Susu sari kedelai, 4. Ramuan herbal/jamu. Atribut kedua adalah rasa (X_2) dengan level atribut 1. Manis, 2. Masam segar, 3. Pahit. Atribut ketiga adalah tekstur (X_3) dengan level atribut 1. Cair, 2. Kental. Atribut keempat adalah harga (X_4) dengan level atribut 1. Murah, 2. Mahal. Atribut kelima adalah umur simpan (X_5) dengan level atribut 1. Sekali minum, 2. Dapat disimpan.

Variabel yang digunakan dalam mengetahui faktor yang mempengaruhi konsumsi minuman sehat adalah variabel pendapatan (X_1), variabel tradisi (X_2), variabel persepsi (X_3), variabel kesehatan (X_4), variabel rasa (X_5), variabel aroma (X_6), variabel tekstur (X_7) dan variabel harga (X_8). Sedangkan dalam melihat preferensi masyarakat terhadap minuman sehat adalah dengan melihat 4 atribut produk. Atribut rasa (X_1) yang digunakan adalah rasa manis, masam segar dan rasa pahit. Atribut tekstur (X_2) yang digunakan adalah tekstur kental dan tekstur cair. Untuk atribut harga (X_3) yang digunakan adalah harga murah dengan anggapan produk seharga $<Rp10.000/kemasan$ dan harga mahal dengan anggapan produk seharga $\geq Rp10.000/kemasan$. Sedangkan untuk atribut umur simpan (X_4) yang digunakan adalah produk sekali minum dan produk dapat disimpan (tidak sekali minum).

Sebagai gambaran mengenai kerangka pemikiran penelitian tentang faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat dapat dilihat pada bagan berikut.



Gambar 2. Kerangka Berpikir

2.4. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang ada serta penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh para peneliti lain maka dapat ditarik hipotesis:

1. Diduga bahwa jenis minuman sehat yang paling diminati konsumen adalah produk minuman jus buah dan sayur yang memiliki rasa manis, tekstur cair, harga murah dengan umur simpan sekali minum.
2. Diduga faktor pendapatan, tradisi, persepsi, kesehatan, rasa, aroma, tekstur, dan harga berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam mengonsumsi produk minuman sehat.

BAB III. METODOLOGI

3.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yang penelitian dilakukan dengan menggunakan kombinasi pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Penelitian yang menggunakan suatu teknik untuk menjelaskan suatu hasil penelitian disebut penelitian deskriptif sedangkan penelitian kuantitatif adalah suatu pemeriksaan sistematis terhadap suatu fenomena dengan mengumpulkan data yang dapat dinilai melalui penggunaan statistik dan matematika, atau komputasi (Ramdhan, 2021). Pendekatan kualitatif digunakan peneliti untuk menjabarkan kondisi sosial ekonomi masyarakat konsumen produk minuman sehat. Sedangkan untuk pendekatan kuantitatif dengan menggunakan alat analisis konjoin dan regresi logistik digunakan peneliti untuk menjelaskan preferensi serta faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam melakukan konsumsi minuman sehat.

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di RW 11 Perumahan Vila Bukit Tidar Kelurahan Merjosari Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. Pemilihan lokasi tersebut dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*) karena lokasi tersebut pernah dijadikan sebagai lokasi pengabdian masyarakat oleh peneliti. Lokasi di RW 11 dipilih secara sengaja karena pertimbangan bahwa pada RW tersebut memiliki jumlah RT yang paling banyak yakni sejumlah 17 RT apabila dibandingkan dengan RW yang lainnya. Tidak hanya itu beberapa program pemberdayaan masyarakat telah dilakukan pada lokasi tersebut.

Paling tidak 3 program pemberdayaan masyarakat telah dijalankan khususnya dalam bidang pengolahan hasil pertanian menjadi minuman sehat. Adapun 2 program terakhir merupakan program edukasi pembuatan makanan dan minuman sehat secara mandiri untuk mendukung konsumsi makanan dan minuman sehat. Sehingga penelitian merupakan studi lanjutan berdasarkan kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan sebelumnya untuk melihat sejauh mana angka konsumsi masyarakat terhadap minuman sehat.

Penelitian dilakukan mulai dengan melakukan penyebaran kuesioner yang dilakukan pada bulan Januari 2023. Jumlah hari penelitian tidak dapat ditentukan

sesuai dengan terpenuhinya jumlah sampel penelitian. Data yang akan didapatkan berdasarkan hasil wawancara berupa kuesioner tersebut kemudian akan dilakukan tabulasi dan analisis data sesuai dengan kebutuhan penelitian.

3.3. Populasi dan Metode Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan populasi yakni seluruh warga masyarakat RW 11 Perumahan Vila Desa Merjosari, Kecamatan Lowokwaru, Bukit Tidar, dan Kota Malang. Jumlah populasi penelitian adalah 700 KK dengan kisaran jumlah 3117 jiwa. Berdasarkan populasi yang diketahui tersebut selanjutnya akan diambil sampel penelitian yang akan digunakan untuk mendapatkan data penelitian.

Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah masyarakat RW 11 Perumahan Vila Bukit Tidar yang pernah mengonsumsi minuman sehat setidaknya 1 kali dan minimal berusia ≥ 17 tahun. Sampel penelitian ditetapkan berdasarkan pembulatan kebutuhan responden dengan menggunakan rumus Slovin (Sugiyono, 2017) dengan perhitungan sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{3117}{1 + 3117(0,01)^2}$$

$$n = \frac{3117}{32,17}$$

$$n = 96,891$$

Keterangan:

n = ukuran sampel/jumlah responden

N = ukuran populasi/jumlah populasi

e = estimasi *error* 10%

Berdasarkan perhitungan tersebut maka minimal sampel yang digunakan adalah sejumlah 96,891 orang yang kemudian dibulatkan menjadi 97 orang. Sehingga, dalam penelitian ini sampel penelitian dibulatkan menjadi 100 orang responden. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Sampling insidental menurut (Sugiyono, 2016) adalah strategi pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, artinya siapa saja yang kebetulan berpapasan dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel asalkan ditentukan bahwa individu tersebut memenuhi syarat

sebagai sumber data. . Menggunakan accidental sampling dalam penelitian karena faktor keberagaman waktu bekerja responden. Pengambilan data dilakukan dengan mewawancarai responden yang ditemui pertama dan seterusnya oleh peneliti. Adapun kriteria responden yang digunakan dalam penelitian adalah responden merupakan warga RW 11 Perumahan Vila Bukit Tidar dengan usia ≥ 17 tahun serta responden pernah mengonsumsi paling tidak 1 produk minuman sehat yang digunakan dalam penelitian yakni jus buah dan sayur, sari buah, susu sari kedelai dan minuman ramuan herbal/jamu setidaknya 1 kali.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Data primer dan data sekunder adalah 2 jenis data yang digunakan dalam penyelidikan. Informasi kuncinya adalah data primer digunakan dalam analisis untuk menjawab penelitian yang dilakukan kepada seluruh sampel penelitian. Data sekunder merupakan data penunjang yang digunakan dalam penelitian yang didapatkan dari literatur maupun dari informasi kependudukan lokasi penelitian sebagai bahan pelengkap informasi penelitian.

Data primer penelitian yang merupakan data kuesioner didapatkan dari hasil wawancara mendalam kepada seluruh sampel penelitian. Pertanyaan kuesioner yang tercantum berisi pertanyaan serta pernyataan-pertanyaan terkait dengan informasi kondisi sosial ekonomi serta preferensi masyarakat yang dibutuhkan peneliti meliputi nama, usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan, frekuensi konsumsi dan yang lainnya. Pengambilan data dilakukan dengan pemberian skor *likert* terhadap setiap pernyataan yang telah memiliki kategori penilaian. Pemberian skala *likert* bertujuan untuk mengukur sikap, pendapatan, dan persepsi seseorang mengenai suatu fenomena atau objek yang diamati (Sugiono, 2018). Skor *likert* yang digunakan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3. Kategori Skala Likert

Kategori	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

3.5. Metode Analisis Data

Data yang telah didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner kemudian akan dianalisis sesuai dengan kebutuhan penelitian. Untuk menjawab rumusan masalah yang pertama maka peneliti menggunakan alat bantuan *Microsoft Excel* untuk melakukan klasifikasi data dan melihat kondisi sosial ekonomi masyarakat sampel yang kemudian akan dijabarkan secara deskriptif. Selain itu, dalam pengolahan data untuk menjawab rumusan masalah kedua dan ketiga menggunakan bantuan program SPSS 21 dan hasilnya disajikan dalam bentuk tabel yang dijelaskan dalam bentuk deskriptif.

3.5.1. Preferensi Masyarakat dalam Mengonsumsi Minuman Sehat

Menurut Wirth dalam Agustina bahwa analisis konjoin adalah teknik multivariat yang biasanya digunakan untuk mengetahui nilai kegunaan dari fitur multidimensi produk dan sangat cocok untuk mengukur persepsi dan preferensi manusia. Dengan menggunakan analisis konjoin dapat diketahui secara khusus bagaimana preferensi konsumen terhadap sebuah produk atau jasa serta untuk membantu mendapatkan kombinasi atau kandungan atribut yang paling disukai oleh konsumen.

Analisis gabungan adalah alat pemasaran yang hebat untuk menentukan nilai suatu produk dan membantu menghasilkan model dan varian produk yang paling populer di kalangan pelanggan. Berdasarkan bagaimana subjek bereaksi terhadap perubahan atribut, temuan analisis konjoin diturunkan. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui terlebih dahulu kualitas yang digunakan suatu produk atau merek.

Pada analisis ini digambarkan sifat atau kondisi preferensi konsumen berdasarkan analisis *consumer trade-offs* dari berbagai atribut produk yang ada. Dengan menggunakan model ini juga dapat mengsumsikan bahwa suatu produk dapat digambarkan memiliki jumlah yang berbeda dari karakteristik yang berbeda, dan bahwa utilitas parsial (*part-worths*) yang disumbangkan oleh setiap fitur memengaruhi utilitas pelanggan secara keseluruhan tingkatan atribut yang ada (Adelawati, 2020). Model konjoin mengidentifikasi kombinasi karakteristik yang menurut konsumen paling menarik serta urutan signifikansi dari sifat-sifat

tersebut atribut yang digunakan. Atribut-atribut yang digunakan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. Atribut Penelitian

No.	Atribut	Simbol	Level Atribut
1.	Jenis	X ₁	1. Jus buah dan sayur 2. Sari buah 3. Susu sari kedelai 4. Minuman ramuan herbal/jamu
2.	Rasa	X ₂	1. Manis 2. Masam segar 3. Pahit
3.	Tekstur	X ₃	1. Cair 2. Kental
4.	Harga	X ₄	1. Murah (<Rp10.000/kemasan) 2. Mahal (≥Rp10.000/kemasan)
5.	Umur simpan	X ₅	1. Dapat disimpan 2. Sekali minum

Model dasar analisis konjoin untuk setiap faktor dan level dapat ditulis seperti berikut:

$$\mu(X) = \sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^{k_i} a_{ij} X_{ij}$$

keterangan:

- $\mu(X)$ = Utilitas total
- a_{ij} = Nilai kegunaan dari atribut ke-i ($i=1,2,3,\dots,m$)
- k_i = Jumlah level atribut ke-i
- m = Jumlah atribut
- x_{ij} = Atribut varibael dummy ke-i taraf ke-j

Pengukuran korelasi dalam analisis konjoin dilakukan dengan analisis *Pearson's* dan *Kendall's tau*. Korelasi akan dianggap kuat apabila nilai R diatas angka 0,5 ($R > 0,5$) dengan probabilitas $<0,05$. Hal tersebut mengartikan bahwa terdapat korelasi yang nyata antara hasil analisis konjoin dengan menggunakan responden (Hakim, 2006).

3.5.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Masyarakat dalam Mengonsumsi Minuman Sehat

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut yang bervariasi dan dimiliki oleh sebuah produk yang ditetapkan oleh seorang peneliti untuk dikaji dan dianalisis sehingga mendapatkan suatu kesimpulan. Variabel dalam penelitian dibagi menjadi dua yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

a. Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan masyarakat dalam melakukan konsumsi minuman sehat (Y).

b. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel independen adalah mereka yang mungkin memiliki dampak pada variabel lain terikat. Variabel bebas juga dapat menjadi penyebab atas berubahnya variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang menjadi pengaruh terhadap konsumsi masyarakat pada minuman sehat yang terdiri dari 8 variabel diantaranya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5. Variabel Penelitian

Variabel yang Digunakan	Simbol Variabel
Pendapatan	X ₁
Tradisi	X ₂
Persepsi	X ₃
Kesehatan	X ₄
Rasa	X ₅
Aroma	X ₆
Tekstur	X ₇
Harga	X ₈

2. Analisis Regresi Logistik

Untuk memperkirakan dan mengantisipasi rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui, analisis regresi menguji hubungan antara variabel dependen (variabel dependen/Y) dan satu atau lebih variabel independen (variabel independen/X). Analisis regresi logistik akan menjadi jenis analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

Analisis regresi logistik menurut Ghazali diartikan sebagai regresi yang menguji kemungkinan bahwa variabel independen dapat secara akurat

memprediksi variabel dependen. Menurut Ghozali (2018), distribusi normal dari variabel independen tidak diperlukan untuk analisis regresi logistik, oleh karena itu tidak diperlukan uji asumsi tradisional, uji heteroskedastisitas, atau uji normalitas pada variabel independen yang diperlukan untuk penelitian ini. Empat uji yang digunakan dalam analisis regresi logistik yaitu penilaian model secara keseluruhan (*overall model fit*), uji kelayakan model regresi (*goodness of fit test*), koefisien determinasi (*Nagelkerke's R square*), dan matriks klasifikasi.

a. Menilai Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen dalam penelitian mempengaruhi variabel dependen. Statistik yang digunakan berdasarkan fungsi *Likelihood* adalah kemungkinan bahwa model yang diusulkan cukup menjelaskan data yang tersedia. L diubah menjadi kemungkinan $2\log$ untuk menguji hipotesis nol dan alternatif. Dengan membandingkan hasil asli $-2LL$ dengan $-2LL$ pada fase berikutnya, pengujian dilakukan. Jika $-2LL_{block\ number=0}$ lebih besar dari $-2LL_{block\ number=1}$, maka kondisi terpenuhi. Model regresi demikian unggul karena reduksi ($2\log L$) (Ghozali, 2018). Berikut ini adalah hipotesis yang digunakan untuk menguji model lengkap:

- H_0 = Model yang dihipotesiskan dengan fit data
- H_1 = Model yang dihipotesiskan tidak dengan fit data

b. Koefisien Determinasi (*Nagelkerke R-Square*)

Nilai *Nagelkerke R-Square* dapat digunakan untuk menentukan koefisien determinasi karena nilainya dapat diinterpretasikan mirip dengan regresi berganda. Ketika nilai *R-Square Nagelkerke* mendekati satu, variabel independen mampu menyediakan semua informasi yang diperlukan untuk meramalkan variabilitas variabel dependen, sedangkan ketika mendekati nol, kapasitas variabel untuk menjelaskan variabel dependen sangat dibatasi.

c. Menguji Kelayakan Model Regresi (*Goodness of Fit Test*)

Uji tersebut dilakukan dengan mengevaluasi hipotesis nol bahwa model (yang menyatakan bahwa model dan data empiris tidak berbeda sama sekali) tidak cocok dengan data aktual dinyatakan fit). Model regresi dinyatakan jika hasil Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test lebih besar dari 0,05, model dianggap dapat diterima jika dapat memprediksi nilai observasi atau sesuai

dengan data observasi. Jika hasil *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test* kurang dari atau sama dengan 0,05 maka akan terjadi sebaliknya.maka model dianggap tidak baik karena tidak dapat memprediksikan nilai observasinya (Lamunuhia, 2018).

d. Matriks Klasifikasi

Kemampuan model regresi untuk meramalkan kemungkinan masalah keuangan yang timbul di perusahaan dijelaskan oleh matriks ini. Nilai estimasi pada tabel 2 x 2 adalah akurat (*Correct*) dan salah (*Wrong*) (Ghozali, 2018). akurasi total ditentukan oleh tabel kategorisasi.

Persamaan model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \beta_6X_6 + \beta_7X_7 + \beta_8X_8 + \varepsilon$$

Keterangan:

- Y = keputusan mengonsumsi
- β_0 = konstanta
- β_1 = koefisien variabel pendapatan (X_1)
- β_2 = koefisien variabel tradisi (X_2)
- β_3 = koefisien variabel persepsi (X_3)
- β_4 = koefisien variabel kesehatan (X_4)
- β_5 = koefisien variabel rasa (X_5)
- β_6 = koefisien variabel aroma (X_6)
- β_7 = koefisien variabel tekstur (X_7)
- β_8 = koefisien variabel harga (X_8)
- X_1 = pendapatan
- X_2 = tradisi
- X_3 = persepsi
- X_4 = kesehatan
- X_5 = rasa
- X_6 = aroma
- X_7 = tekstur
- X_8 = harga
- ε = residual error

3.6. Definisi Operasional dan Ukuran Variabel (DOV)

Semua justifikasi operasional untuk variabel-variabel dalam hipotesis yang akan diteliti sesuai dengan tujuan penelitian dimasukkan ke dalam definisi operasional. Berikut adalah definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Minuman sehat adalah semua produk minuman yang mengandung gizi, vitamin dan mineral dan memiliki klaim kesehatan. Minuman sehat yang digunakan dalam penelitian ini adalah minuman sehat yang terbuat dari sumber pangan nabati (hasil pertanian) yakni jus buah dan sayur, minuman sari buah, minuman susu sari kedelai dan minuman ramuan tradisional herbal/jamu.
2. Masyarakat adalah kumpulan individu-individu pada suatu daerah yang hidup bersama dan memiliki karakteristik sosial ekonomi yang berbeda-beda.
3. Preferensi masyarakat merupakan kecenderungan masyarakat dalam menentukan pilihan kesukaan terhadap produk minuman sehat yang menjadi pilihan untuk dikonsumsi.
4. Atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dianggap penting dan dijadikan acuan oleh masyarakat dalam mengambil keputusan untuk mengonsumsi minuman sehat. Atribut yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis, rasa, tekstur, harga, umur simpan.
5. Jenis produk adalah macam jenis yang dimiliki oleh minuman sehat yang digunakan dalam penelitian. Terdiri dari 4 jenis produk yakni jus buah dan sayur, sari buah, susu sari kedelai, dan ramuan herbal/jamu. Diukur dengan kecenderungan masyarakat dalam memilih jenis varian minuman sehat tersebut.
6. Rasa adalah respon indra perasa dalam mengetahui rasa pada setiap produk minuman sehat yang meliputi rasa manis, segar, dan pahit. Diukur dengan kecenderungan masyarakat dalam memilih varian rasa tersebut.
7. Tekstur adalah sifat atau keadaan wujud dari produk minuman sehat yang diukur dengan anggapan tingkat tekstur produk yang kental atau cair. Diukur dengan kecenderungan masyarakat dalam memilih varian tekstur tersebut.

8. Harga adalah nominal rupiah produk yang dijual dengan anggapan produk perbotol, dimana produk tersebut memiliki nilai harga yang murah atau mahal. Diukur dengan anggapan apabila produk murah adalah produk dengan harga $< \text{Rp}10.000/\text{kemasan}$ sedangkan produk mahal adalah produk dengan harga $\geq \text{Rp}10.000/\text{kemasan}$.
9. Umur simpan adalah ketahanan simpan produk minuman sehat terdiri dari produk sekali minuman (tidak dapat disimpan) dan produk dapat disimpan. Diukur dengan kecenderungan masyarakat dalam memilih umur simpan produk tersebut.
10. Kondisi sosial ekonomi masyarakat adalah kondisi masyarakat yang berkaitan pada aspek sosial dan ekonominya. Meliputi pendapatan, umur, jenis kelamin, pendidikan, dan pekerjaan.
11. Usia adalah angka yang menunjukkan berapa lama seseorang telah hidup yang dihitung dari awal seseorang dilahirkan sampai pada hari ini. Diukur dengan satuan tahun masa hidup masyarakat.
12. Jenis kelamin adalah pembeda biologis antara 2 jenis yang tidak dapat ditukarkan yakni laki-laki dan perempuan.
13. Pendidikan adalah tingkatan terakhir pendidikan responden yang digolongkan menjadi 5 golongan yakni SD, SMP, SMA, Sarjana dan Pascasarjana.
14. Pekerjaan adalah satu kesibukan atau kegiatan yang selalu dilakukan oleh responden yang mana dari kegiatan tersebut seseorang mendapatkan satu timbal balik berupa pendapatan. Pekerjaan dalam penelitian diklasifikasikan menjadi 6 kelompok yakni ibu rumah tangga, pelajar/mahasiswa, PNS (non pendidik), pegawai swasta, wiraswasta dan pendidik (guru/dosen).
15. Pendapatan adalah penghasilan responden yang dapat mempengaruhi keputusan konsumsi minuman sehat yang berasal dari berbagai sumber diantaranya hasil bekerja, uang saku maupun nafkah dari kepala keluarga. Variabel ini diukur dengan satuan rupiah berdasarkan pendapatan responden selama satu bulan.
16. Merek produk adalah merek yang digunakan dalam produk yang menjadi pembeda dengan produk yang lain. Merek yang digunakan dalam penelitian terbagi menjadi 4 jenis produk diantaranya merek jus buah dan sayur adalah

jus Buavita, jus ABC, jus Chountry choice dan merek jus lainnya. Merek sari buah adalah Siiplah, Brosem, Sari Apel Batu dan merek sari buah lainnya. Merek susu kedelai adalah ABC sari kedelai, V-Soy, Naraya Soya dan merek susu kedelai lainnya. Merek ramuan herbal/jamu adalah Sidomuncul, Herbadrink, Tolak Angin, Bintang Toedjoe dan merek minuman herbal/jamu lainnya.

17. Frekuensi konsumsi adalah banyaknya jumlah konsumsi masyarakat dalam kurun waktu satu bulan. Frekuensi konsumsi diklasifikasikan menjadi 6 kelompok yakni mengonsumsi satu bulan sekali, satu bulan 2 kali, satu bulan 3 kali, satu bulan 4 kali, satu bulan 8 kali dan satu bulan ≥ 8 kali.
18. Asal produk minuman sehat adalah asal mula responden dalam mendapatkan produk minuman sehat yang diklasifikasikan menjadi 3 kelompok yakni membuat sendiri, membeli, dan pemberian.
19. Frekuensi pembelian bahan baku adalah jumlah bahan baku dalam satu bulan yang dibeli oleh responden untuk membuat produk minuman sehat sehingga variabel ini hanya diperuntukkan bagi responden yang membuat sendiri produk minuman sehat. Diukur dengan 5 kelompok pembelian bahan baku diantaranya satu bulan $\frac{1}{2}$ kg, satu bulan 1 kg, satu bulan 1,5 kg, satu bulan 2 kg, dan satu bulan > 2 kg.
20. Variabel dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat. Variabel yang digunakan adalah variabel bebas (X) yang terdiri dari pendapatan (dijelaskan pada poin 14), tradisi, persepsi, kesehatan, rasa, aroma, tekstur, harga dan variabel terikat (Y) yang merupakan keputusan konsumsi masyarakat.
21. Tradisi adalah budaya ataupun kebiasaan konsumsi minuman sehat yang dianut dan dilakukan secara terus menerus. Tradisi dinilai dari besar pengaruh penerapan budaya hidup sehat yang dijalankan didalam keluarga. Diukur dengan menggunakan skala *likert* angka 1-5 yang memiliki arti angka 1 sangat setuju, angka 2 setuju, angka 3 netral, angka 4 tidak setuju dan angka 5 sangat tidak setuju.

22. Persepsi adalah tanggapan atau respon masyarakat terhadap produk minuman sehat. Persepsi dinilai dari respon masyarakat terhadap kepercayaan pada efek positif yang akan ditimbulkan setelah mengonsumsi minuman sehat. Diukur dengan menggunakan skala *likert* angka 1-5 yang memiliki arti angka 1 sangat setuju, angka 2 setuju, angka 3 netral, angka 4 tidak setuju dan angka 5 sangat tidak setuju.
23. Kesehatan adalah keadaan tubuh dan jiwa setelah melakukan konsumsi minuman sehat yang diukur dengan tingkat efektifitas terhadap tubuh setelah melakukan konsumsi minuman sehat. Diukur dengan menggunakan skala *likert* angka 1-5 yang memiliki arti angka 1 sangat setuju, angka 2 setuju, angka 3 netral, angka 4 tidak setuju dan angka 5 sangat tidak setuju.
24. Rasa adalah respon indra perasa dalam mengetahui rasa pada setiap produk minuman sehat, digunakan untuk menilai pengaruh rasa produk terhadap keputusan konsumsi. Diukur dengan menggunakan skala *likert* angka 1-5 yang memiliki arti angka 1 sangat setuju, angka 2 setuju, angka 3 netral, angka 4 tidak setuju dan angka 5 sangat tidak setuju.
25. Aroma adalah respon indra penciuman dalam mengetahui aroma pada produk minuman sehat, digunakan untuk menilai pengaruh harga produk terhadap keputusan konsumsi. Diukur dengan menggunakan skala *likert* angka 1-5 yang memiliki arti angka 1 sangat setuju, angka 2 setuju, angka 3 netral, angka 4 tidak setuju dan angka 5 sangat tidak setuju.
26. Tekstur adalah sifat atau keadaan wujud dari produk minuman sehat, digunakan untuk menilai pengaruh tekstur produk terhadap keputusan konsumsi. Diukur dengan menggunakan skala *likert* angka 1-5 yang memiliki arti angka 1 sangat setuju, angka 2 setuju, angka 3 netral, angka 4 tidak setuju dan angka 5 sangat tidak setuju.
27. Harga adalah nilai nominal rupiah produk yang dijualkan perbotol, digunakan untuk menilai pengaruh harga produk terhadap keputusan konsumsi. Diukur dengan menggunakan skala *likert* angka 1-5 yang memiliki arti angka 1 sangat setuju, angka 2 setuju, angka 3 netral, angka 4 tidak setuju dan angka 5 sangat tidak setuju.

28. Keputusan konsumsi (Y) adalah suatu keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat. Diukur dengan pernyataan keputusan terus mengonsumsi minuman sehat dan tidak mengonsumsi minuman sehat.



BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Keadaan Umum Lokasi Penelitian

Perumahan Villa Bukit Tidar merupakan salah satu perumahan yang terdapat di Kelurahan Merjosari. Kelurahan Merjosari merupakan kelurahan paling barat yang berada di wilayah Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. Secara administratif Kelurahan Merjosari sebelah utara berbatasan dengan Kelurahan Tlogomas, sebelah timur berbatasan dengan Kelurahan Dinoyo, sebelah selatan berbatasan dengan Kelurahan Karangbesuki dan sebelah barat berbatasan dengan Desa Tegalweru Kecamatan Dau Kota Malang. Lokasi penelitian adalah pada RW 11 Perumahan Villa Bukit Tidar.

Pemilihan tersebut sesuai dengan karakteristik responden yang dibutuhkan yakni masyarakat dengan pemahaman akan konsumsi minuman sehat. Hal tersebut dikarenakan pada lokasi penelitian telah dilakukan beberapa kali sosialisasi maupun penyuluhan terkait dengan pengolahan serta konsumsi minuman sehat. Sehingga dinilai mampu memberikan data yang relevan sesuai dengan penelitian berdasarkan atas pengetahuan masyarakat. Selain itu, wilayah tersebut merupakan wilayah dengan jumlah masyarakat yang paling banyak apabila dibandingkan dengan RT lain sehingga pencarian data akan lebih mudah dilakukan.

Wilayah RW 11 merupakan wilayah yang memiliki banyak prestasi dan banyak program yang dijalankan oleh para kadernya. Program-program yang telah berhasil dilakukan diantaranya adalah peresmian sebagai Kampung Tangguh pada tahun 2020, pangabdian dan pelatihan mengenai busakanber (budidaya sayuran secara hidroponik di dalam ember) pada tahun 2020, pelatihan mengenai pengolahan hasil pertanian menjadi minuman sehat pada tahun 2021 hingga penyuluhan mengenai konsumsi minuman sehat pada tahun 2022. Kegiatan tersebut secara umum banyak diikuti oleh masyarakat RW 11 sehingga kegiatan tersebut memberikan dampak kepada pola konsumsi keluarga.

4.1.2. Data Karakteristik Responden

Masyarakat secara individu dalam melakukan pemilihan terhadap konsumsi suatu produk sangat berkaitan dengan karakteristik individu itu sendiri.

Data karakteristik masyarakat RW 11 Perumahan Villa Bukit Tidar disajikan dalam tabel berikut:

1. Karakteristik Sosial Ekonomi Responden

Karakteristik sosial ekonomi responden RW 11 Perumahan Villa Bukit Tidar meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan responden yang digambarkan pada tabel berikut:

Tabel 6. Data Karakteristik Sosial Ekonomi Responden

Karakteristik	Jumlah (Jiwa)	Perse ntase (%)	Terus Mengonsu msi (Jiwa)	Perse ntase (%)	Tidak Mengonsu msi (Jiwa)	Perse ntase (%)
Usia 40 – 49	31	31	21	30	10	33
Jenis Kelamin Perempuan	69	69	55	79	14	47
Pendidikan SMA	57	57	38	54	19	63
Pekerjaan Ibu Rumah Tangga	37	37	33	47	4	13
Pendapatan < Rp 2.000.000	53	53	29	41	24	80

Sumber: Data Primer diolah (2023)

2. Karakteristik Konsumsi Responden

Data karakteristik konsumsi responden terhadap minuman sehat di RW 11 Perumahan Villa Bukit Tidar meliputi jenis produk yang sering dikonsumsi, merek produk minuman sehat, frekuensi mengonsumsi, asal produk yang dikonsumsi, frekuensi pembelian bahan baku dan keputusan masyarakat dalam mengonsumsi yang digambarkan pada tabel berikut:

Tabel 7. Data Karakteristik Konsumsi Responden

Karakteristik	Jumlah (Jiwa)	Perse ntase (%)	Terus Mengonsu msi (Jiwa)	Perse ntase (%)	Tidak Mengonsu msi (Jiwa)	Perse ntase (%)
Jenis Produk Jus Buah dan Sayur	46	46	31	44	15	50
Merek Jus Buah dan Sayur Lainnya	24	52	15	48	9	60

Karakteristik	Jumlah (Jiwa)	Perse ntase (%)	Terus Mengonsu msi (Jiwa)	Perse ntase (%)	Tidak Mengonsu msi (Jiwa)	Perse ntase (%)
Merek Sari						
Buah	9	41	8	44	1	25
Brosem						
Merek Susu						
Sari Kedelai	15	71	11	79	4	57
Lainnya						
Merek						
Ramuan Herbal	5	45	3	43	2	50
Lainnya						
Frekuensi						
Konsumsi						
Satu Bulan 2 Kali	24	24	20	29	4	13
Asal Produk						
Membeli	78	78	51	73	27	90
Frekuensi						
Pembelian						
Bahan Baku Satu Bulan 1 kg	9	43	8	44	1	33
Keputusan						
Konsumsi						
Terus Mengonsumsi	70	70	70	100	0	0

Sumber: Data Primer diolah (2023)

4.1.3. Data Hasil Analisis Konjoin

Masyarakat merupakan kumpulan dari individu-individu yang memiliki sifat dan karakteristik yang berbeda. Setiap individu dalam sebuah masyarakat memiliki kecenderungan yang berbeda dalam menentukan preferensi atau pilihannya terhadap suatu keputusan. Preferensi adalah kecenderungan seseorang dalam memilih suatu produk yang didasarkan atas keinginan, kepentingan, dan selernya (Al Farisi, 2020).

Pilihan individu tersebutlah yang akan menentukan preferensi dalam sebuah masyarakat. Untuk mengetahui produk yang sesuai dengan preferensi masyarakat maka perlu diketahui nilai *Pearson's R* dan *Kendall's tau* yang dapat dilihat pada Tabel 8 berikut:

Tabel 8. Hasil Korelasi *Pearson's R* dan *Kendall's tau*

	Value	Sig
Pearson's R	0,975	0,000
Kendall's tau	0,845	0,000

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Setelah mengetahui nilai *Pearson's R* dan *Kendall's tau* maka yang perlu diketahui adalah melihat nilai kepentingan serta *Utility Estimate*. Nilai *Utility Estimate* digunakan untuk mengetahui atribut-atribut yang memiliki nilai kepentingan yang tinggi dan juga nilai kepentingan atribut yang rendah.

4.1.4. Data Distribusi Jawaban Responden

Distribusi jawaban digunakan untuk mengetahui gambaran sikap atau perilaku masyarakat terhadap keputusan konsumsi produk minuman sehat. Menurut Siti, dkk (2020) distribusi jawaban responden adalah suatu gambaran dari tanggapan atau pemahaman terhadap sebuah pernyataan yang didasarkan pada perspektif dan pengalaman dari responden tersebut. Penetapan kriteria nilai rata-rata pada distribusi jawaban responden dimasukkan dalam kelas-kelas interval seperti yang terdapat pada tabel berikut:

Tabel 9. Nilai Interval dan Kategori Distribusi Jawaban Responden

Interval	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju
1,81 – 2,60	Tidak Setuju
2,61 – 3,40	Netral
3,41 – 4,20	Setuju
4,21 – 5,00	Sangat Setuju

Sumber: Siti, dkk (2020)

Pada penelitian ini, analisis distribusi jawaban responden hanya dilakukan pada variabel yang diukur dengan menggunakan skala *likert* yakni pada variabel tradisi (X_2), variabel persepsi (X_3), variabel kesehatan (X_4), variabel rasa (X_5), variabel aroma (X_6), variabel tekstur (X_7), dan variabel harga (X_8). Penilaian yang dilakukan pada setiap pernyataan menggunakan skala *likert* dengan ketentuan sangat setuju untuk angka 5, setuju untuk angka 4, netral untuk angka 3, tidak setuju untuk angka 2 dan sangat tidak setuju untuk angka 1. Secara lengkap hasil distribusi responden dipaparkan sebagai berikut:

1. Variabel Tradisi (X_2)

Pada variabel tradisi terdapat pernyataan yang diberikan yaitu:

X_2 = Produk minuman sehat telah menjadi kebiasaan dalam keluarga untuk dikonsumsi.

Tabel 10. Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Tradisi

Item	Jawaban Responden										Rata-rata	Ket.
	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%		
X_2	31	31	47	47	12	12	9	9	1	1	3,98	Setuju
Rata-rata = 3,98												Setuju

Sumber: Data Primer diolah (2023)

2. Variabel Persepsi (X_3)

Pada variabel persepsi terdapat pernyataan yang diberikan yaitu:

X_3 = Dengan mengonsumsi minuman sehat bisa memberikan dampak positif untuk kekebalan tubuh.

Tabel 11. Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Persepsi

Item	Jawaban Responden										Rata-rata	Ket.
	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%		
X_3	40	40	44	44	7	7	9	9	0	0	4,15	Setuju
Rata-rata = 4,15												Setuju

Sumber: Data Primer diolah (2023)

3. Variabel Kesehatan (X_4)

Pada variabel kesehatan terdapat dua pernyataan yang diberikan yaitu:

$X_{4.1}$ =Mengutamakan kesehatan dalam mengonsumsi minuman sehat untuk meningkatkan kekebalan tubuh.

$X_{4.2}$ =Mengonsumsi produk minuman sehat karena khasiat produknya terhadap tubuh.

Tabel 12. Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Kesehatan

Item	Jawaban Responden										Rata-rata	Ket.
	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%		
$X_{4.1}$	36	36	36	36	12	12	14	14	2	2	3,90	Setuju
$X_{4.2}$	29	29	36	36	20	20	15	15	0	0	3,79	Setuju
Rata-rata = 3,85												Setuju

Sumber: Data Primer diolah (2023)

4. Variabel Rasa (X_5)

Pada variabel persepsi terdapat pernyataan yang diberikan yaitu:

X_5 = Rasa produk menjadi pertimbangan penting dalam mengonsumsi produk minuman sehat.

Tabel 13. Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Rasa

Item	Jawaban Responden										Rata-rata	Ket.
	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%		
X_5	21	21	54	54	16	16	9	9	0	0	3,87	Setuju
Rata-rata = 3,87											Setuju	

Sumber: Data Primer diolah (2023)

5. Variabel Aroma (X_6)

Pada variabel persepsi terdapat pernyataan yang diberikan yaitu:

X_6 = Aroma produk menjadi pertimbangan dalam mengonsumsi minuman sehat.

Tabel 14. Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Aroma

Item	Jawaban Responden										Rata-rata	Ket.
	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%		
X_6	20	20	47	47	21	21	12	12	0	0	3,75	Setuju
Rata-rata = 3,75											Setuju	

Sumber: Data Primer diolah (2023)

6. Variabel Tekstur (X_7)

Pada variabel tekstur terdapat pernyataan yang diberikan yaitu:

X_7 = Tekstur produk (kental/cair) menjadi pertimbangan dalam mengonsumsi minuman sehat.

Tabel 15. Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Tekstur

Item	Jawaban Responden										Rata-rata	Ket.
	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%		
X_7	24	24	37	37	21	21	18	18	0	0	3,67	Setuju
Rata-rata = 3,67											Setuju	

Sumber: Data Primer diolah (2023)

7. Variabel Harga (X_8)

Pada variabel harga terdapat pernyataan yang diberikan yaitu:

X_8 = Harga yang ditawarkan cukup terjangkau (< Rp10.000/kemasan) menjadi pertimbangan dalam mengonsumsi minuman sehat.

Tabel 16. Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Harga

Item	Jawaban Responden										Rata-rata	Ket.
	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%		
X ₈	13	13	45	45	28	28	14	14	0	0	3,57	Setuju
Rata-rata = 3,57												Setuju

Sumber: Data Primer diolah (2023)

4.1.5. Data Hasil Analisis Regresi Logistik

Preferensi masyarakat dalam melakukan konsumsi terhadap minuman sehat didasari oleh faktor-faktor yang mempengaruhinya. Dalam penelitian ini digunakan 8 variabel bebas yang diduga sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi konsumsi masyarakat maka dilakukan analisis Regresi Logistik.

1. Uji Keseluruhan Model dan Koefisien Determinasi

Uji keseluruhan model digunakan untuk melihat apakah variabel bebas yang digunakan dalam penelitian memiliki pengaruh terhadap variabel terikat penelitian. Sedangkan nilai koefisien determinasi digunakan untuk melihat kemampuan variabel-variabel bebas yang digunakan dalam menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel terikat. Hasil uji keseluruhan model dan koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 17 berikut:

Tabel 17. Hasil Uji Keseluruhan Model dan Koefisien Determinasi

Step	-2 Log likelihood	Cox % Snell	R Square	Nagelkerke R Square
1	22,532	0,631		0,894

Sumber: Data Primer diolah (2023)

2. Uji Kelayakan Model

Kelayakan model regresi dilihat berdasarkan nilai *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test*. Uji ini dilakukan untuk mengetahui kelayakan model regresi yang digunakan terhadap data penelitian (tidak ada perbedaan antara model dengan data sehingga model fit atau cocok). Hasil uji kelayakan model dapat dilihat pada Tabel 18 berikut:

Tabel 18. Hasil Uji *Hosmer dan Lemeshow Test*

Step	Chi-square	df	Sig.
1	9,794	8	0,280

Sumber: Data Primer diolah (2023)

4.2. Pembahasan

Data penelitian masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat yang didapatkan dan dianalisis kemudian dipaparkan pada hasil penelitian sehingga dapat dijelaskan sebagai berikut:

4.2.1. Karakteristik Masyarakat Konsumen Minuman Sehat

Karakteristik masyarakat yang pernah mengonsumsi minuman sehat di Perumahan Villa Bukit Tidar RW 11 meliputi data usia, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan, pendidikan terakhir, dan jumlah anggota keluarga, jenis produk minuman sehat yang sering dikonsumsi responden, merek minuman sehat, frekuensi konsumsi, asal produk yang dikonsumsi serta frekuensi pembelian bahan baku pembuatan minuman sehat apabila responden membuat sendiri produk minuman sehat.

4.2.1.1. Karakteristik Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat

1. Usia

Usia adalah angka yang menunjukkan lama responden hidup sejak responden dilahirkan. Usia merupakan faktor pribadi yang melekat pada diri individu dan menjadi salah satu hal yang dapat mempengaruhi dalam perilaku konsumsi individu tersebut (Al Farisi, 2020). Usia responden sebagai konsumen produk minuman sehat dalam penelitian dapat dilihat pada Tabel 19 berikut:

Tabel 19. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persen tase (%)	Terus Mengonsu msi (Jiwa)	Persen tase (%)	Tidak Mengonsu msi (Jiwa)	Persen tase (%)
17 – 19	11	11	5	7	6	20
20 – 29	23	23	17	24	6	20
30 – 39	17	17	14	20	3	10
40 – 49	31	31	21	30	10	33
50 – 59	17	17	13	19	4	13
60 – 69	1	1	0	0	1	3
Jumlah	100	100	70	100	30	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan data yang telah didapatkan usia responden diklasifikasikan menjadi 6 kelompok usia seperti pada Tabel 19 yang disajikan. Dapat diketahui bahwa konsumen produk minuman sehat usia 17-19 tahun sejumlah 11 orang terdiri dari 5 orang yang memutuskan terus mengonsumsi dan 6 orang responden memutuskan tidak mengonsumsi. Pada usia 20-29 tahun sejumlah 23 orang terdiri

17 orang memutuskan terus mengonsumsi dan 6 orang responden memutuskan tidak mengonsumsi. Usia 30-39 tahun sejumlah 17 orang terdiri dari 14 orang memutuskan terus mengonsumsi dan 3 orang responden memutuskan tidak mengonsumsi. Usia 40-49 tahun sejumlah 31 orang terdiri dari 21 orang memutuskan terus mengonsumsi dan 10 orang responden memutuskan tidak mengonsumsi. Usia 50-59 tahun sejumlah 17 orang, terdiri dari 13 orang responden memutuskan untuk terus mengonsumsi dan 4 responden memutuskan tidak mengonsumsi. Sedangkan pada usia 60-69 tahun sejumlah 1 orang memutuskan untuk tidak terus mengonsumsi minuman sehat.

Konsumen minuman sehat didominasi oleh responden dengan usia 40-49 tahun yang mana 21 orang dari total 31 responden golongan usia tersebut memutuskan untuk terus mengonsumsi minuman sehat. Penggolongan usia menurut Rizqiah pada usia tersebut seseorang telah mencapai masa dewasa menengah serta pada usia 40-49 tahun manusia memasuki usia dengan kematangan pemikiran yang lebih baik (Rizqiah, 2017). Sehingga pada usia tersebut seseorang dinilai dapat mempertimbangkan suatu keputusan dengan matang. Pada usia tersebut berdasarkan beberapa wawancara tambahan terhadap konsumen diketahui bahwa responden memiliki banyak pertimbangan khususnya bagi kesehatan tubuh diusia yang menjelang tua.

Urutan kedua konsumen minuman sehat terbanyak adalah pada usia 20-29 yang mana sejumlah 17 orang dari total 23 responden pada golongan usia tersebut memutuskan untuk terus mengonsumsi minuman sehat. Usia tersebut masuk pada usia remaja akhir serta usia dewasa awal yang mana responden masih dipengaruhi oleh gaya hidup orang disekitarnya. Seperti mengikuti trend pola hidup baru di masyarakat yang menerapkan gaya hidup sehat dengan menjaga asupan. Urutan ketiga adalah kelompok usia 30-39 tahun dengan total responden yang memutuskan mengonsumsi sejumlah 14 orang diikuti dengan kelompok usia 50-59 tahun dengan total responden yang memutuskan mengonsumsi sejumlah 13 orang. Sedangkan dua urutan terakhir yakni pada golongan usia 17-19 tahun dengan total responden yang memutuskan mengonsumsi sejumlah 11 orang dan golongan usia 60-69 tahun dengan responden yang memutuskan untuk tidak terus mengonsumsi minuman sehat.

2. Jenis Kelamin

Jenis kelamin adalah perbedaan antara perempuan dan laki-laki secara biologis sejak seseorang dilahirkan (Hungu, 2016) serta perbedaan diantara keduanya tidak dapat dipertukarkan. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 20 berikut:

Tabel 20. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (jiwa)	Persen tase (%)	Terus Mengonsumsi (Jiwa)	Persen tase (%)	Tidak Mengonsumsi (Jiwa)	Persen tase (%)
Laki-laki	31	31	15	21	16	53
Perempuan	69	69	55	79	14	47
Jumlah	100	100	70	100	30	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan data jenis kelamin masyarakat sebagai konsumen minuman sehat yang telah disajikan dalam Tabel 20 dapat diketahui bahwa masyarakat yang mengonsumsi minuman sehat didominasi oleh jenis kelamin perempuan. Jumlah konsumen dengan jenis kelamin perempuan adalah 69 orang responden terdiri dari 55 orang memutuskan untuk terus mengonsumsi minuman sehat dan 14 orang responden memutuskan untuk tidak mengonsumsi minuman sehat. Sedangkan pada jenis kelamin laki-laki sejumlah 31 orang responden terdiri dari 15 orang memutuskan terus mengonsumsi minuman sehat dan 16 responden sisanya memutuskan tidak terus mengonsumsi minuman sehat. Sehingga dapat diketahui masyarakat dengan jenis kelamin perempuan menjadi konsumen terbanyak dari produk minuman sehat.

3. Pendidikan Terakhir

Pendidikan merupakan satu hal yang dapat memberikan pengaruh kepada seseorang terhadap perilaku dan pola pemikiran dalam mengambil sebuah keputusan. Pendidikan membangun sifat dan pemikiran pada setiap individu (Wawan & Dewi, 2010). Karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada Tabel 21 berikut:

Tabel 21. Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan

Pendidikan Terakhir	Jumlah (jiwa)	Perse ntase (%)	Terus Mengonsu msi (Jiwa)	Perse ntase (%)	Tidak mengonsu msi (Jiwa)	Persen tase (%)
SD	8	8	4	6	4	13
SMP	15	15	11	16	4	13
SMA	57	57	38	54	19	63
Sarjana	19	19	16	23	3	10
Pascasarjana	1	1	1	1	0	0
Jumlah	100	100	70	100	30	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Pada Tabel 21 diketahui bahwa pendidikan terakhir dari 100 responden yang telah diwawancarai adalah 8 orang lulusan SD terdiri dari 4 orang yang memutuskan untuk terus mengonsumsi dan 4 orang responden memutuskan untuk tidak terus mengonsumsi. Pada golongan pendidikan SMP sejumlah 15 orang terdiri dari 11 orang memutuskan terus mengonsumsi dan 4 orang responden memutuskan untuk tidak terus mengonsumsi. Pada golongan pendidikan SMA sejumlah 57 orang terdiri dari 38 orang memutuskan terus mengonsumsi dan 19 diantaranya memutuskan tidak terus mengonsumsi. Pada golongan pendidikan sarjana sejumlah 19 orang terdiri dari 16 orang yang memutuskan terus mengonsumsi dan 3 orang responden memutuskan untuk tidak terus mengonsumsi. Sedangkan pada responden lulusan pascasarjana sejumlah 1 orang memutuskan untuk terus mengonsumsi minuman sehat.

Pendidikan terakhir seseorang dapat menjadi bekal pertimbangan seseorang dalam menentukan sebuah keputusan. Masyarakat konsumen minuman sehat didominasi oleh responden dengan lulusan SMA sejumlah 57 orang dengan total responden yang memutuskan mengonsumsi sejumlah 38 orang. Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Rizka diketahui bahwa keputusan seseorang dalam mengonsumsi makanan salah satunya dipengaruhi oleh lama pendidikan seseorang tersebut (Rizka, Purnamadewi, & Hasanah, 2018). Semakin lama atau semakin tinggi seseorang dalam merasakan pendidikan mempengaruhi pola pikir konsumsi pada produk yang memiliki dampak positif bagi tubuh. Responden dengan pendidikan terakhir paling banyak urutan kedua adalah lulusan Sarjana, urutan ketiga lulusan SMP, urutan keempat lulusan SD, dan disusul dengan responden lulusan Pascasarjana.

4. Pekerjaan

Pekerjaan merupakan pekerjaan responden yang mana pekerjaan berhubungan dengan sikap seorang individu dalam pengambilan keputusan konsumsi karena pekerjaan memiliki keterkaitan dengan pendapatan suatu responden (Wawan & Dewi, 2010). Karakteristik berdasarkan pekerjaan responden dapat dilihat pada Tabel 22 berikut:

Tabel 22. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah (jiwa)	Perse ntase (%)	Terus Mengon sumsi (Jiwa)	Perse ntase (%)	Tidak Mengons umsi (Jiwa)	Perse ntase (%)
Ibu rumah tangga	37	37	33	47	4	13
Pelajar/Mahasiswa	25	25	14	20	11	37
PNS (non pendidik)	3	3	2	3	1	3
Pegawai Swasta	19	19	11	16	8	27
Wiraswasta	12	12	6	9	6	20
Pendidik (guru/dosen)	4	4	4	6	0	0
Jumlah	100	100	70	100	30	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Pekerjaan responden didominasi oleh Ibu Rumah Tangga seperti pada Tabel 22 yang telah disajikan. Masyarakat konsumen minuman sehat berurutan mulai dari yang terbanyak adalah sejumlah 37 orang sebagai ibu rumah tangga terdiri dari 33 orang memutuskan untuk terus mengonsumsi minuman sehat dan 4 diantaranya memutuskan untuk tidak terus mengonsumsi minuman sehat. Diikuti pada urutan konsumsi terbanyak kedua adalah pada pelajar/mahasiswa yakni sejumlah 25 orang terdiri dari 14 orang yang memutuskan terus mengonsumsi minuman sehat dan 11 orang responden memutuskan untuk tidak terus mengonsumsi minuman sehat.

Urutan konsumsi ketiga adalah pada golongan pekerjaan pegawai swasta sejumlah 19 orang terdiri dari 11 orang memutuskan terus mengonsumsi dan 8 diantaranya memutuskan untuk tidak terus mengonsumsi. Pada urutan keempat dengan pekerjaan wiraswasta sejumlah 12 orang terdiri dari 6 orang memutuskan mengonsumsi dan 6 lainnya memutuskan tidak terus mengonsumsi. Sedangkan dua urutan terakhir yakni pada pekerjaan pendidik dengan total 4 orang yang

memutuskan untuk terus mengonsumsi serta pekerjaan PNS sejumlah 3 orang terdiri dari 2 orang memutuskan untuk mengonsumsi dan 1 orang lainnya memutuskan untuk tidak terus mengonsumsi. Pekerjaan berhubungan dengan sikap seorang individu dalam pengambilan keputusan konsumsi karena pekerjaan seseorang memiliki keterkaitan dengan pendapatan seseorang tersebut (Wawan & Dewi, 2010).

5. Pendapatan

Pendapatan adalah sejumlah nilai dalam rupiah yang didapatkan oleh seseorang sebagai akibat terhadap pengerjaan suatu pekerjaan tertentu. Pendapatan menjadi salah satu tolak ukur seseorang dalam melakukan pembelian barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya (Rohmah & Subari, 2021). Karakteristik responden berdasarkan pendapatan dapat dilihat pada Tabel 23 berikut:

Tabel 23. Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah (jiwa)	Perse ntase (%)	Terus Mengonsu msi (Jiwa)	Perse ntase (%)	Tidak Mengonsu msi (Jiwa)	Perse ntase (%)
< Rp2.000.000	53	53	29	41	24	80
Rp2.000.000-< Rp3.000.000	30	30	25	36	5	17
Rp3.000.000- Rp4.000.000	13	13	13	19	0	0
> Rp4.000.000	4	4	3	4	1	3
Jumlah	100	100	70	100	30	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan data pekerjaan yang diketahui pada poin sebelumnya diketahui pada Tabel 23 pendapatan masyarakat konsumen produk minuman sehat. Pendapatan konsumen yang didapatkan dari hasil wawancara diklasifikasikan menjadi 4 golongan pendapatan. Golongan pertama yakni pendapatan < Rp2.000.000 yang menjadi golongan pendapatan dengan jumlah responden terbanyak yakni sejumlah 53 orang responden terdiri dari 29 orang memutuskan terus mengonsumsi dan 24 orang responden memutuskan untuk tidak terus mengonsumsi. Golongan kedua yakni pendapatan senilai Rp2.000.000 sampai < Rp3.000.000 dengan jumlah responden terbanyak urutan kedua yakni sejumlah 30

orang responden terdiri dari 25 orang memutuskan untuk terus mengonsumsi dan 5 orang lainnya memutuskan untuk tidak terus mengonsumsi.

Golongan selanjutnya adalah golongan ketiga yakni golongan pendapatan senilai Rp3.000.000 sampai Rp4.000.000 dengan jumlah responden terbanyak urutan ketiga yakni sejumlah 13 orang responden yang seluruhnya memutuskan untuk mengonsumsi minuman sehat. Golongan terakhir yang juga menjadi golongan pendapatan dengan jumlah responden paling sedikit adalah pendapatan senilai > Rp4.000.000 berjumlah 4 orang responden terdiri dari 3 responden memutuskan mengonsumsi dan 1 orang lainnya memutuskan untuk tidak mengonsumsi.

4.2.1.2. Karakteristik Konsumsi Masyarakat

1. Jenis Produk

Jenis produk minuman sehat adalah semua jenis produk minuman sehat yang digunakan di dalam penelitian ini. Adapun jenis minuman sehat yang digunakan adalah minuman yang mengandung vitamin dan mineral yang berdampak positif bagi kesehatan tubuh serta terbuat dari produk hasil pertanian. Karakteristik berdasarkan pemilihan responden terhadap jenis produk minuman sehat dapat dilihat pada Tabel 24 berikut:

Tabel 24. Jenis Minuman Sehat yang Sering Dikonsumsi

Jenis Produk	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)	Terus Mengonsumsi (Jiwa)		Tidak Mengonsumsi (Jiwa)	
			Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
Jus Buah dan Sayur	46	46	31	44	15	50
Sari Buah	22	22	18	26	4	13
Susu Sari Kedelai	21	21	14	20	7	23
Ramuan Herbal/Jamu	11	11	7	10	4	13
Jumlah	100	100	70	100	30	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Jenis produk minuman sehat yang digunakan pada penelitian ini adalah produk yang tergolong pada 4 jenis diantaranya jus buah dan sayur, sari buah, susu sari kedelai, dan ramuan herbal/jamu. Berdasarkan jawaban responden yang telah disajikan pada Tabel 24 diketahui bahwa jumlah responden minuman sehat

terbanyak adalah pada jenis jus buah dan sayur dengan total responden yang menjawab senilai 46 orang dari 100 responden yang diwawancarai. Dari total 46 orang responden yang memilih produk jus buah dan sayur 31 orang memutuskan untuk terus mengonsumsi minuman sehat dan 15 orang responden memutuskan untuk tidak terus mengonsumsi minuman sehat. Hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Sayekti, dkk diketahui bahwa selain air putih sebagai minuman pokok masyarakat, jus merupakan minuman yang paling banyak dipilih oleh masyarakat untuk dikonsumsi (Sayekti, Adawiyah, Indriyani, Tantriadisti, & Syafani, 2021).

Hal ini berbeda dengan hasil penelitian Sayekti yang lain bahwa urutan konsumsi masyarakat paling sering urutan ketiga adalah pada pilihan jenis ramuan herbal/jamu, pada penelitian ini masyarakat lebih cenderung memilih untuk mengonsumsi sari buah dengan total responden sejumlah 22 orang terdiri dari 18 orang memutuskan terus mengonsumsi dan 4 orang responden lain memutuskan untuk tidak terus mengonsumsi. Selanjutnya sejumlah 21 orang responden memilih sering mengonsumsi susu sari kedelai terdiri dari 14 orang memutuskan untuk terus mengonsumsi dan 7 orang responden memutuskan untuk tidak terus mengonsumsi. Sedangkan 11 orang responden lainnya memilih sering mengonsumsi minuman ramuan herbal/jamu terdiri dari 7 orang yang memutuskan untuk terus mengonsumsi dan 4 orang memutuskan tidak mengonsumsi.

2. Merek Produk

Merek adalah atribut yang melekat pada sebuah produk yang menjadi ciri khas tersendiri pada setiap produk. Dengan adanya identitas khusus yang melekat pada produk maka produk akan mudah dikenali sehingga konsumen akan lebih mudah dalam pemilihan produk (Kotler & Keller, 2013). Pemilihan responden terhadap pemilihan merek produk minuman sehat dibagi menjadi 4 yakni pada produk jus buah dan sayur, produk sari buah, produk susu sari kedelai dan produk ramuan herbal/jamu. Merek produk yang dicantumkan pada penelitian ini adalah 3 merek produk teratas yang sering dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia dan banyak dijumpai di pasaran. Merek produk terjabarkan masing-masing pada 4

jenis produk yang dapat dilihat pada Tabel 25 sampai Tabel 28 yang telah disajikan.

Tabel 25. Pemilihan Responden terhadap Merek Jus Buah dan Sayur

Merk Jus Buah dan Sayur	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)	Terus Mengonsumsi (Jiwa)	Persentase (%)	Tidak Mengonsumsi (Jiwa)	Persentase (%)
Buavita	17	37	12	39	5	33
ABC	5	11	4	13	1	7
Country Choice	0	0	0	0	0	0
Lainnya	24	52	15	48	9	60
Jumlah	46	100	31	100	15	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Pada Tabel 25 yakni tabel merek jus buah dan sayur diketahui bahwa dari total 46 masyarakat yang memilih sering mengonsumsi jus buah dan sayur, 24 orang diantaranya mengonsumsi jus merek lain yang tidak dicantumkan pada penelitian terdiri dari 15 orang yang memutuskan terus mengonsumsi dan 9 orang responden memutuskan tidak mengonsumsi minuman sehat, 17 orang responden lain mengonsumsi jus merek Buavita terdiri dari 12 orang memutuskan terus mengonsumsi dan 5 orang responden memutuskan untuk tidak mengonsumsi serta 5 orang mengonsumsi jus merek ABC terdiri dari 4 orang memutuskan untuk terus mengonsumsi dan 1 orang sisanya memutuskan untuk tidak mengonsumsi.

Hasil wawancara lanjutan kepada beberapa responden yang mengonsumsi jus dengan merek lain yang tidak dicantumkan dalam penelitian, didapatkan informasi bahwa beberapa responden membuat sendiri jus yang dikonsumsi atau membeli pada warung jus dipinggir jalan yang cenderung tidak bermerek. Hal tersebut dikarenakan bahwa produk jus dipinggir jalan menawarkan produk jus yang segar dan tanpa pengawet karena proses produksi dilakukan sesaat setelah konsumen melakukan pemesanan sehingga produk diterima konsumen dalam keadaan segar tanpa melalui proses penyimpanan terlebih dahulu.

Tabel 26. Pemilihan Responden terhadap Merek Sari Buah

Merk Sari Buah	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)	Terus Mengonsumsi (Jiwa)	Persentase (%)	Tidak Mengonsumsi (Jiwa)	Persentase (%)
Siiplah	7	32	6	33	1	25
Brosem	9	41	8	44	1	25
Sari	5	23	4	22	1	25

Merk Sari Buah	Jumlah (jiwa)	Persen tase (%)	Terus Mengonsumsi (Jiwa)	Persen tase (%)	Tidak Mengonsumsi (Jiwa)	Persen tase (%)
Apel						
Batu						
Lainnya	1	5	0	0	1	25
Jumlah	22	100	18	100	4	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Pada Tabel 26 disajikan data merek sari buah yang paling banyak dikonsumsi oleh masyarakat dan yang paling sedikit dikonsumsi oleh masyarakat. Dari total 22 responden yang sering mengonsumsi sari buah, 9 orang responden memilih mengonsumsi sari buah merek Brosem terdiri dari 8 orang yang memutuskan untuk terus mengonsumsi minuman sehat dan 1 orang responden memutuskan untuk tidak mengonsumsi minuman sehat. Total 7 orang responden yang memilih mengonsumsi sari buah merek Siiplah, 6 orang memutuskan untuk terus mengonsumsi dan 1 orang responden memutuskan untuk tidak terus mengonsumsi. Sedangkan pada 5 orang responden yang memilih mengonsumsi sari buah merek Sari Apel Batu 5 orang memutuskan untuk terus mengonsumsi dan 1 orang responden memutuskan untuk tidak mengonsumsi serta 1 orang responden yang memilih mengonsumsi sari buah merek lain yang tidak dicantumkan di dalam penelitian memutuskan untuk tidak mengonsumsi minuman sehat.

Tabel 27. Pemilihan Responden terhadap Merek Susu Sari Kedelai

Merk Susu Sari Kedelai	Jumlah (jiwa)	Perse ntase (%)	Terus Mengonsumsi (Jiwa)	Perse ntase (%)	Tidak Mengonsumsi (Jiwa)	Perse ntase (%)
ABC	3	14	1	7	2	29
V-Soy	1	5	1	7	0	0
Naraya Soya	2	10	1	7	1	14
Lainnya	15	71	11	79	4	57
Jumlah	21	100	14	100	7	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Hal ini berbeda dengan jus dan sari buah, berdasarkan data yang telah disajikan dalam Tabel 27 diketahui dari total 21 orang yang sering mengonsumsi susu sari kedelai terbagi menjadi 4 kelompok merek. Sebanyak 15 orang responden mengonsumsi susu sari kedelai merek lain yang tidak dicantumkan

dalam penelitian terdiri dari 11 orang yang memutuskan terus mengonsumsi dan 4 orang responden memutuskan untuk tidak mengonsumsi. Selain itu, 3 orang responden mengonsumsi susu sari kedelai dengan merek ABC terdiri dari 1 orang yang memutuskan untuk terus mengonsumsi dan 2 orang responden memutuskan untuk tidak mengonsumsi. Pada 2 orang responden yang mengonsumsi susu sari kedelai dengan merek Naraya Soya, 1 orang responden memutuskan untuk terus mengonsumsi dan 1 responden lainnya memutuskan untuk tidak terus mengonsumsi. Sedangkan pada 1 orang responden yang mengonsumsi susu sari kedelai dengan merek V-Soy memutuskan untuk terus mengonsumsi. Beberapa responden yang memilih mengonsumsi susu sari kedelai dengan merek lain yang tidak dicantumkan dalam penelitian menjelaskan bahwa mereka mengonsumsi susu sari kedelai buatan sendiri atau membeli produk susu sari kedelai yang tidak memiliki merek dipasaran.

Tabel 28. Pemilihan Responden terhadap Merek Ramuan Herbal/Jamu

Merk Ramuan Herbal/Jamu	Jumlah (jiwa)	Perse ntase (%)	Terus Mengonsu msi (Jiwa)	Perse ntase (%)	Tidak Mengonsu msi (Jiwa)	Persen tase (%)
Herbadrink	1	9	1	14	0	0
Tolak Angin	3	27	2	29	1	25
Bintang Toedjoe	0	0	0	0	0	0
Sidomuncul	2	18	1	14	1	25
Lainnya	5	45	3	43	2	50
Jumlah	11	100	7	100	4	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Jenis produk minuman sehat yang terakhir adalah minuman ramuan herbal/jamu. Berdasarkan data pada Tabel 28 yang telah disajikan diketahui bahwa dari total 11 responden yang memilih sering mengonsumsi ramuan herbal/jamu 5 orang responden diantaranya mengonsumsi jamu merek lain yang tidak dicantumkan dalam penelitian terdiri dari 3 orang yang memutuskan untuk terus mengonsumsi dan 2 orang responden memutuskan untuk tidak mengonsumsi. Pada 3 responden yang mengonsumsi jamu merek Tolak Angin, 2 orang memutuskan untuk terus mengonsumsi minuman sehat dan 1 orang responden memutuskan untuk tidak mengonsumsi minuman sehat. Selanjutnya 2 orang responden yang mengonsumsi jamu merek Sidomuncul, 1 orang responden

memutuskan untuk terus mengonsumsi minuman sehat dan 1 orang responden lain memutuskan untuk tidak mengonsumsi minuman sehat. Sedangkan 1 orang responden yang mengonsumsi minuman herbal/jamu merek Herbadrink memutuskan untuk mengonsumsi minuman sehat. Wawancara lanjutan yang dilakukan pada responden yang mengonsumsi produk minuman sehat merek lain yang tidak dicantumkan dalam penelitian memaparkan bahwa produk didapatkan dari penjual ramuan herbal/jamu tanpa merek dan beberapa yang lain membuat sendiri minuman ramuan herbal/jamu yang dikonsumsi.

3. Frekuensi Konsumsi

Frekuensi konsumsi adalah jumlah pengulangan yang dilakukan oleh seseorang dalam melakukan konsumsi terhadap suatu produk makanan ataupun minuman. Frekuensi konsumsi dapat menjadi cerminan seseorang dalam pemilihan produk minuman sehat yang paling disukai. Data konsumsi responden terhadap minuman sehat dapat dilihat pada Tabel 29 berikut:

Tabel 29. Frekuensi Konsumsi Responden terhadap Minuman Sehat

Frekuensi Konsumsi	Jumlah (jiwa)	Perse ntase (%)	Terus Mengonsum si (Jiwa)	Perse ntase (%)	Tidak Mengonsum si (Jiwa)	Perse ntase (%)
Satu bulan sekali	21	21	9	13	12	40
Satu bulan 2 kali	24	24	20	29	4	13
Satu bulan 3 kali	22	22	17	24	5	17
Satu bulan 4 kali	15	15	13	19	2	7
Satu bulan 8 kali	8	8	3	4	5	17
≥ 8 kali dalam satu bulan	10	10	8	11	2	7
Jumlah	100	100	70	100	30	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Frekuensi konsumsi adalah total konsumsi yang dilakukan oleh responden terhadap minuman sehat. Frekuensi konsumsi diklasifikasikan menjadi 6 kelompok yang dapat dilihat pada Tabel 29 yang telah tersaji. Berdasarkan total 100 responden yang diwawancarai sejumlah 24 orang responden melakukan konsumsi 2 kali dalam satu bulan terdiri dari 20 orang yang memutuskan untuk

terus mengonsumsi dan 4 orang responden memutuskan untuk tidak mengonsumsi. Sejumlah 22 orang responden melakukan konsumsi 3 kali dalam sebulan terdiri dari 17 orang yang memutuskan untuk mengonsumsi minuman sehat dan 5 orang responden lainnya memutuskan untuk tidak mengonsumsi.

Sejumlah 21 responden yang melakukan konsumsi sekali dalam sebulan, 9 orang memutuskan untuk terus mengonsumsi dan 12 orang responden lainnya memutuskan untuk tidak mengonsumsi. Sejumlah 15 orang melakukan konsumsi 4 kali dalam sebulan terdiri dari 13 orang responden yang memutuskan terus mengonsumsi minuman sehat dan 2 orang responden lainnya memutuskan untuk tidak mengonsumsi minuman sehat. Selanjutnya sejumlah 10 orang melakukan konsumsi ≥ 8 kali dalam sebulan terdiri dari 8 orang yang memutuskan untuk terus mengonsumsi dan 2 orang responden lainnya memutuskan untuk tidak mengonsumsi. Sedangkan 8 orang yang melakukan konsumsi 8 kali dalam sebulan, 3 orang responden memutuskan untuk terus mengonsumsi dan 5 orang sisanya memutuskan untuk tidak mengonsumsi. Berdasarkan data tersebut diketahui keputusan konsumsi masyarakat terhadap minuman sehat didominasi oleh kelompok masyarakat kelompok konsumsi satu bulan 2 kali dengan total responden yang memutuskan untuk terus mengonsumsi sejumlah 20 orang.

4. Asal Produk Minuman Sehat

Dalam melakukan konsumsi minuman sehat masyarakat yang menjadi responden tidak hanya mengonsumsi produk pembelian saja akan tetapi responden dapat mengonsumsi produk dari hasil buatan sendiri maupun pemberian orang lain. Data asal produk minuman sehat dapat dilihat pada Tabel 30 berikut:

Tabel 30. Asal Produk Minuman Sehat

Asal Produk	Jumlah (jiwa)	Perse ntase (%)	Terus Mengonsum si (Jiwa)	Perse ntase (%)	Tidak Mengonsum si (Jiwa)	Persen tase (%)
Membuat sendiri	21	21	18	26	3	10
Membeli	78	78	51	73	27	90
Pemberian	1	1	1	1	0	0
Jumlah	100	100	70	100	30	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Pada penelitian ditemukan bahwa responden dalam mendapatkan produk minuman sehat yang dikonsumsi digolongkan menjadi 3 sumber yakni membuat sendiri produk minuman sehat, membeli produk minuman sehat, dan yang terakhir adalah berasal dari pemberian seseorang. Berdasarkan data pada Tabel 30 yang telah disajikan diketahui 78 orang responden mendapatkan produk minuman sehat yang akan dikonsumsi berasal dari membeli, 21 orang responden lainnya membuat produk sendiri dan 1 orang responden lainnya mendapatkan produk dari pemberian seseorang. Maka dapat diketahui sebagian besar masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat mendapatkan produk dari pembelian produk.

Berdasarkan total 21 orang yang membuat sendiri produk minuman sehat, 18 orang memutuskan untuk terus mengonsumsi minuman sehat sedangkan 3 orang responden memutuskan untuk tidak mengonsumsi minuman sehat. Sedangkan pada responden yang mendapatkan produk dari membeli yakni sejumlah 78 orang, 51 responden memutuskan untuk terus mengonsumsi minuman sehat dan sisanya yakni 27 orang responden memutuskan untuk tidak mengonsumsi minuman sehat serta 1 orang responden yang mendapatkan produk dari pemberian orang lain memutuskan untuk terus mengonsumsi minuman sehat.

5. Frekuensi Pembelian Bahan Baku

Responden yang membuat sendiri produk minuman sehat melakukan pembelian bahan baku secara berkala dengan data pembelian bahan baku responden yang dapat dilihat pada Tabel 31 berikut:

Tabel 31. Frekuensi Pembelian Bahan Baku Responden

Frekuensi Pembelian Bahan Baku	Jumlah (jiwa)	Perse ntase (%)	Terus Mengonsu msi (Jiwa)	Perse ntase (%)	Tidak Mengonsu msi (Jiwa)	Persen tase (%)
Dalam satu bulan 1/2 kg	1	5	1	6	0	0
Dalam satu bulan 1 kg	9	43	8	44	1	33
Dalam satu bulan 1,5 kg	2	10	1	6	1	33
Dalam satu bulan 2 kg	4	19	4	22	0	0
Dalam satu bulan > 2 kg	5	24	4	22	1	33

Jumlah	21	100	18	100	3	100
---------------	-----------	------------	-----------	------------	----------	------------

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Responden yang membuat sendiri produk minuman sehat yang dikonsumsi tentunya akan melakukan pembelian bahan baku terlebih dahulu sebelum diproses. Terdapat 5 klasifikasi frekuensi pembelian bahan baku responden yang dapat dilihat pada Tabel 31 yang telah disajikan. Pada tabel tersebut diketahui bahwa dari total 21 orang responden yang membuat sendiri produk minuman sehat paling banyak membeli dalam satu bulan 1 kg bahan baku dengan jumlah responden 9 orang terdiri dari 8 orang yang memutuskan untuk terus mengonsumsi minuman sehat dan 1 orang lainnya memutuskan untuk tidak mengonsumsi minuman sehat.

Urutan kedua adalah pembelian >2 kg bahan baku dalam satu bulan dengan jumlah responden 5 orang yang terdiri dari 4 orang yang memutuskan untuk terus mengonsumsi minuman sehat dan 1 orang responden memutuskan untuk tidak mengonsumsi minuman sehat. Selanjutnya adalah pembelian 2 kg bahan baku dalam satu bulan dengan jumlah responden 4 orang yang memutuskan untuk mengonsumsi produk minuman sehat serta 2 orang responden yang melakukan pembelian bahan baku 1,5 kg dalam satu bulan terdiri dari 1 orang responden yang memutuskan untuk terus mengonsumsi dan 1 orang sisanya memutuskan untuk tidak mengonsumsi. Sedangkan 1 orang yang melakukan pembelian bahan baku ½ kg dalam satu bulan memutuskan untuk terus mengonsumsi minuman sehat.

6. Keputusan Konsumsi

Keputusan konsumsi masyarakat adalah pilihan yang dilakukan oleh responden untuk terus melakukan konsumsi minuman sehat atau tidak. Data keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat dapat dilihat pada Tabel 32 berikut:

Tabel 32. Data Keputusan Konsumsi

Keputusan Konsumsi	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
Terus mengonsumsi	70	70
Tidak mengonsumsi	30	30
Jumlah	100	100

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat terbagi menjadi 2 yakni keputusan untuk tidak mengonsumsi minuman sehat secara berkelanjutan dan keputusan untuk tetap mengonsumsi minuman sehat. Berdasarkan data yang ada pada Tabel 32 diketahui dari total 100 responden yang diwawancari 70 responden diantaranya memilih untuk tetap mengonsumsi minuman sehat sedangkan 30 responden sisanya memilih untuk tidak mengonsumsi minuman sehat.

Hasil wawancara mendalam kepada responden yang menyatakan tidak mengonsumsi minuman sehat secara berkelanjutan adalah karena menurut beberapa responden pola hidup sehat dapat tetap dijalankan tanpa mengonsumsi minuman sehat. Beberapa responden lain menyatakan bahwa minuman sehat dapat digantikan dengan konsumsi makanan sehat sehingga tidak perlu adanya rutinitas atau dalam mengonsumsi minuman sehat.

4.2.2. Preferensi Masyarakat terhadap Minuman Sehat

Masyarakat terbentuk dari kumpulan beberapa individu yang bergabung menjadi satu pada suatu wilayah tertentu. Dalam satu kelompok masyarakat setiap individunya memiliki sifat, karakter, dan kepribadian yang berbeda. Hal yang sama juga terjadi pada pola hidup individu khususnya pada keputusan konsumsi minuman sehat pada masyarakat daerah Perumahan Villa Bukit Tidar Kelurahan Merjosari Kota Malang. Setiap individu memiliki pilihan atau preferensi sendiri mengenai dengan produk minuman sehat yang akan dikonsumsi. Secara garis besar preferensi setiap individu tersebut dikumpulkan dan dianalisis agar dapat diketahui preferensi dari masyarakat pada daerah tersebut. Untuk itu maka dilakukan analisis konjoin yang mengetahui preferensi masyarakat Perumahan Villa Bukit Tidar terhadap minuman sehat serta merumuskan minuman sehat yang menjadi preferensi masyarakat daerah tersebut.

Berdasarkan pada Tabel 8 yang telah disajikan diketahui nilai *Pearson's R* and *Kendall's tau*. Pada tabel diketahui nilai *Pearson's R* adalah senilai 0,975 yang artinya bahwa nilai tersebut $>0,5$ dan nilai probabilitas 0,000. Nilai $0,975 > 0,5$ pada *Pearson's R* dengan probabilitas $0,000 < 0,05$ menunjukkan data yang digunakan memiliki nilai korelasi yang kuat. Hal yang sama juga terjadi pada nilai *Kendall's tau* senilai $0,845 > 0,5$ dengan probabilitas $0,000 < 0,05$. Hal tersebut

mengartikan bahwa terdapat korelasi yang nyata antara hasil analisis konjoin dengan data responden yang digunakan (Arman Hakim, 2006).

Selain itu, dapat dilihat pula karakteristik produk yang diinginkan atau dipilih oleh masyarakat untuk dikonsumsi. Data tersebut dapat dilihat pada hasil analisis yang telah terangkum pada Tabel 33 berikut:

Tabel 33. Preferensi Masyarakat dalam Mengonsumsi Minuman Sehat

Atribut Produk	Nilai Kepentingan	Level Atribut Produk	Utility Estimate	Preferensi
Jenis	30,870	Jus Buah dan Sayur	0,989	Jus Buah dan Sayur
		Sari Buah	-0,521	
		Susu Sari Kedelai	-0,321	
		Ramuan Herbal/Jamu	-0,148	
Rasa	35,234	Manis	1,858	Manis
		Masam Segar	0,844	
		Pahit	-2,701	
Tekstur	6,803	Cair	0,004	Cair
		Kental	-0,004	
Harga	18,621	Murah	1,257	Murah
		Mahal	-1,257	
Umur Simpan	8,471	Dapat disimpan	0,182	Dapat disimpan
		Sekali minum	-0,182	

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Pada pengukuran preferensi masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat dapat dilihat pada Tabel 33 yang telah disajikan. Dari tabel hasil analisis pengukuran preferensi masyarakat tersebut dapat dilihat berdasarkan nilai kepentingan dan nilai kegunaan produk. Nilai kepentingan yang paling tinggi adalah pada atribut rasa dengan nilai 35,234 yang artinya atribut tersebut merupakan atribut yang paling penting dibandingkan dengan atribut yang lainnya seperti jenis, tekstur, harga dan umur simpan produk. Alasan terbesar masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat yang paling disukai adalah rasa dari produk minuman sehat tersebut (Suarjana, Padmiari, & Sugiani, 2019). Pada nilai kegunaan dari produk minuman sehat dihitung menggunakan stimulus untuk mengetahui kombinasi level atribut yang cenderung disukai oleh masyarakat. Berdasarkan tabel yang telah disajikan level atribut yang menjadi preferensi masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Atribut jenis produk (X_1) memiliki nilai kepentingan sebesar 30,870 dan nilai kegunaan produk yang menjadi preferensi masyarakat adalah pada level atribut jus buah dan sayur senilai 0,989. Senilai -0,148 pada level atribut ramuan herbal/jamu, senilai -0,321 pada level atribut susu sari kedelai, senilai -0,521 pada level atribut sari buah. Nilai kepentingan pada atribut ini merupakan nilai tertinggi urutan kedua sehingga jenis minuman sehat yang dikonsumsi oleh masyarakat menjadi pertimbangan penting kedua setelah atribut rasa. Artinya, dalam mengonsumsi minuman sehat jenis produk merupakan alasan konsumsi kedua oleh masyarakat. Sedangkan berdasarkan nilai level atribut jenis minuman sehat jus buah dan sayur memiliki nilai yang paling tinggi apabila dibandingkan dengan level atribut yang lain. Sehingga preferensi masyarakat Perumahan Villa Bukit Tidar RW 11 pada atribut jenis adalah pada produk jus buah dan sayur. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya bahwa produk jus merupakan minuman yang paling banyak dikonsumsi dan menjadi pilihan pertama masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat (Sayekti, Adawiyah, Indriyani, Tantriadisti, & Syafani, 2021).
2. Atribut rasa (X_2) memiliki nilai kepentingan 35,234 dan nilai kegunaan yang menjadi preferensi masyarakat adalah senilai 1,858 pada level atribut manis, senilai 0,844 pada level atribut masam segar dan senilai -2,701 pada level atribut pahit. Nilai kepentingan pada atribut ini merupakan nilai tertinggi apabila dibandingkan dengan atribut lain sehingga rasa produk minuman sehat merupakan pertimbangan pertama masyarakat Perumahan Villa Bukit Tidar RW 11 dalam mengonsumsi minuman sehat. Sedangkan berdasarkan nilai level atribut, rasa manis memiliki nilai yang paling tinggi apabila dibandingkan dengan nilai level atribut yang lain. Sehingga preferensi masyarakat Perumahan Villa Bukit Tidar RW 11 pada atribut rasa adalah pada produk yang memiliki rasa manis. Sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya bahwa konsumsi masyarakat terhadap minuman sehat cenderung pada produk dengan rasa manis (Ekadipta & Arthono, 2020).
3. Atribut tekstur (X_3) memiliki nilai kepentingan 6,803 dan nilai kegunaan yang menjadi preferensi masyarakat adalah senilai 0,004 pada level atribut

cair serta senilai -0,004 pada level atribut kental. Nilai kepentingan pada atribut ini merupakan nilai tertinggi urutan terakhir sehingga tekstur minuman sehat yang dikonsumsi oleh masyarakat menjadi pertimbangan terakhir setelah 4 atribut lainnya. Artinya, dalam mengonsumsi minuman sehat jenis produk merupakan alasan konsumsi terakhir oleh masyarakat. Sedangkan berdasarkan nilai level atribut, tekstur cair memiliki nilai yang paling tinggi apabila dibandingkan dengan level atribut yang lain. Sehingga preferensi masyarakat Perumahan Villa Bukit Tidar RW 11 pada atribut tekstur adalah pada produk tekstur cair.

4. Atribut harga (X_4) memiliki nilai kepentingan 18,621 dan nilai kegunaan yang menjadi preferensi masyarakat adalah senilai 1,257 pada level atribut murah dan senilai -1,257 pada level atribut mahal. Nilai kepentingan pada atribut ini merupakan nilai tertinggi urutan ketiga sehingga harga minuman sehat yang dikonsumsi oleh masyarakat menjadi pertimbangan penting ketiga setelah atribut rasa dan jenis. Artinya, dalam mengonsumsi minuman sehat harga produk merupakan alasan konsumsi ketiga oleh masyarakat. Sedangkan berdasarkan nilai level atribut, harga murah memiliki nilai yang paling tinggi apabila dibandingkan dengan level atribut yang lain. Sehingga preferensi masyarakat Perumahan Villa Bukit Tidar RW 11 pada atribut harga adalah pada produk yang murah. Harga murah yang diasumsikan didalam penelitian adalah produk minuman sehat yang memiliki harga < Rp 10.000 per kemasan produk (kemasan ukuran 250 ml).
5. Atribut umur simpan (X_5) memiliki nilai kepentingan 8,471 dan nilai kegunaan yang menjadi preferensi masyarakat adalah senilai 0,182 pada level atribut dapat disimpan dan senilai -0,182 pada level atribut sekali minum. Nilai kepentingan pada atribut ini merupakan nilai tertinggi urutan keempat sehingga umur simpan minuman sehat yang dikonsumsi oleh masyarakat menjadi pertimbangan penting keempat setelah atribut rasa, jenis dan harga. Artinya, dalam mengonsumsi minuman sehat umur simpan produk merupakan alasan konsumsi keempat oleh masyarakat. Sedangkan berdasarkan nilai level atribut, produk minuman yang dapat disimpan memiliki nilai yang paling tinggi apabila dibandingkan dengan level atribut

yang lain. Sehingga preferensi masyarakat Perumahan Villa Bukit Tidar RW 11 pada atribut umur simpan adalah pada produk minuman sehat yang dapat disimpan. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya bahwa masyarakat cenderung memilih produk yang dapat disimpan (Ekadipta & Arthono, 2020).

Hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat lebih cenderung menyukai produk minuman sehat jenis jus buah dan sayur yang memiliki rasa manis dengan tekstur produk yang cair dan harganya murah serta produk dapat disimpan.

4.2.3. Distribusi Jawaban Responden

1. Variabel Tradisi

Berdasarkan Tabel 10, dapat dilihat bahwa tanggapan masyarakat terhadap pernyataan X_2 memiliki nilai rata-rata sebesar 3,98 yang termasuk dalam kategori “setuju”. Masyarakat beranggapan bahwa tradisi dapat menjadi faktor yang mempengaruhi dalam keputusan konsumsi pada produk minuman sehat.

2. Variabel Persepsi

Berdasarkan Tabel 11, dapat dilihat bahwa tanggapan masyarakat terhadap pernyataan X_3 memiliki nilai rata-rata sebesar 4,15 yang termasuk dalam kategori “setuju”. Masyarakat beranggapan bahwa persepsi dapat menjadi faktor yang mempengaruhi dalam keputusan konsumsi pada produk minuman sehat.

3. Variabel Kesehatan

Berdasarkan Tabel 12, dapat dilihat bahwa tanggapan masyarakat terhadap pernyataan $X_{4,1}$ memiliki nilai rata-rata sebesar 3,90 yang termasuk dalam kategori “setuju”. Tanggapan masyarakat terhadap pernyataan $X_{4,2}$ memiliki nilai rata-rata sebesar 3,79 yang termasuk dalam kategori “setuju”. Sehingga rata-rata pada variabel kesehatan (X_4) adalah senilai 3,85 yang termasuk dalam kategori “setuju”. Masyarakat beranggapan bahwa faktor kesehatan dapat menjadi faktor yang mempengaruhi dalam keputusan konsumsi pada produk minuman sehat.

4. Variabel Rasa

Berdasarkan Tabel 13, dapat dilihat bahwa tanggapan masyarakat terhadap pernyataan X_5 memiliki nilai rata-rata sebesar 3,87 yang termasuk dalam kategori “setuju”. Masyarakat beranggapan bahwa rasa dapat menjadi faktor yang mempengaruhi dalam keputusan konsumsi pada produk minuman sehat.

5. Variabel Aroma

Berdasarkan Tabel 14, dapat dilihat bahwa tanggapan masyarakat terhadap pernyataan X_6 memiliki nilai rata-rata sebesar 3,75 yang termasuk dalam kategori “setuju”. Masyarakat beranggapan bahwa aroma dapat menjadi faktor yang mempengaruhi dalam keputusan konsumsi pada produk minuman sehat.

6. Variabel Tekstur

Berdasarkan Tabel 15, dapat dilihat bahwa tanggapan masyarakat terhadap pernyataan X_7 memiliki nilai rata-rata sebesar 3,67 yang termasuk dalam kategori “setuju”. Masyarakat beranggapan bahwa tekstur dapat menjadi faktor yang mempengaruhi dalam keputusan konsumsi pada produk minuman sehat.

7. Variabel Harga

Berdasarkan Tabel 16, dapat dilihat bahwa tanggapan masyarakat terhadap pernyataan X_8 memiliki nilai rata-rata sebesar 3,57 yang termasuk dalam kategori “setuju”. Masyarakat beranggapan bahwa harga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi dalam keputusan konsumsi pada produk minuman sehat.

4.2.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Mengonsumsi Minuman Sehat

Dalam proses memutuskan untuk mengonsumsi minuman sehat seorang individu di dalam sebuah masyarakat di pengaruhi oleh faktor-faktor tertentu. Pada penelitian ini faktor-faktor yang digunakan adalah 8 variabel yang terdiri dari variabel pendapatan (X_1), variabel tradisi (X_2), variabel persepsi (X_3), variabel kesehatan (X_4), variabel rasa (X_5), variabel aroma (X_6), variabel tekstur (X_7) dan variabel harga (X_8). Secara terperinci akan dijabarkan pada penjelasan berikut:

1. Uji Keseluruhan Model dan Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil analisis yang telah didapatkan pada Tabel 17 diketahui nilai *Nagelkerke R-Square* mendekati satu yakni pada angka 0,894. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen mampu untuk memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksikan variabilitas variabel dependen (Ghozali, 2018). Berdasarkan nilai tersebut berarti bahwa variabel bebas yang digunakan dalam penelitian berpengaruh terhadap variabel terikat (keputusan konsumsi) senilai 89,4% sedangkan 10,6% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

2. Uji Kelayakan Model

Kelayakan model dalam penelitian dilihat pada Tabel 18 berdasarkan nilai uji *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test* yang telah disajikan. Uji *Hosmer and Lemeshow's Goodness of Fit Test* menguji hipotesis nol bahwa data empiris cocok atau sesuai dengan model. Artinya tidak ada perbedaan antara model dengan data sehingga model dapat dikatakan fit (cocok). Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan diketahui nilai signifikansi sebesar 0,743. Angka tersebut menunjukkan nilai $0,743 > 0,05$ sehingga dapat diartikan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini sudah tepat.

3. Uji Wald

Uji Wald merupakan uji yang dilakukan untuk melihat adanya pengaruh dari variabel-variabel bebas yang digunakan terhadap variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan yakni faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam melakukan konsumsi minuman sehat. Dalam uji ini setiap variabel akan diketahui nilai pengaruhnya sehingga dapat diketahui variabel yang berpengaruh dan tidak berpengaruh. Adapun hasil dari uji wald dapat dilihat pada Tabel 34 berikut:

Tabel 34. Hasil Uji Wald (Variables in the Equation)

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)	
X ₁	0,000	0,000	3,964	1	0,046*	1,000	
X ₂	2,070	0,793	6,822	1	0,009*	7,925	
X ₃	1,335	0,827	2,606	1	0,106	3,800	
X ₄	3,702	1,349	7,535	1	0,006*	40,539	
Step 1 ^a	X ₅	1,837	0,832	4,872	1	0,027*	6,275
	X ₆	-0,828	1,042	0,631	1	0,427	0,437
	X ₇	2,040	1,009	4,093	1	0,043*	7,693
	X ₈	-2,863	1,075	7,085	1	0,008*	0,057
	Constant	-29,584	8,830	11,225	1	0,001	0,000

Keterangan: * signifikan $\alpha < 0,05$

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Pada uji ini, semua variabel bebas sejumlah 8 variabel diujikan secara bersama-sama dengan keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat. Keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat diasumsikan menjadi:

$$Y = 0 \text{ (memutuskan untuk tidak mengonsumsi)}$$

$Y = 1$ (memutuskan untuk terus mengonsumsi)

Semua variabel tersebut selanjutnya dilakukan analisis dengan menggunakan alat bantu analisis SPSS 21 dengan melihat hasil uji wald pada Tabel 34 yang telah tersaji. Temuan penelitian menunjukkan bahwa ada enam elemen yang berdampak pada pilihan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat sehingga dapat diketahui model regresi dalam penelitian yakni sebagai berikut:

$$Y_i = \alpha + 0,000X_1 + 2,070X_2 + 3,702X_4 + 1,837X_5 + 2,040X_7 + -2,863X_8 + \varepsilon$$

Penjelasan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat yakni sebagai berikut:

1. Pendapatan (X_1)

Berdasarkan hasil analisis hasil uji wald regresi logistik yang disajikan pada Tabel 34 dapat diketahui bahwa variabel pendapatan (X_1) memiliki nilai signifikan sebesar 0,046. Angka tersebut menyatakan nilainya $< 0,05$ sehingga dapat diartikan bahwa variabel pendapatan (X_1) berpengaruh secara nyata terhadap keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat. Nilai koefisien yang menunjukkan positif mengartikan bahwa apabila pendapatan semakin tinggi maka semakin tinggi pula keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat. Sebaliknya, semakin rendah pendapatan yang diterima masyarakat maka semakin rendah juga keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizka bahwa pendapatan dapat mempengaruhi seseorang dalam mengonsumsi suatu produk (Rizka, Purnamadewi, & Hasanah, 2018).

Berdasarkan nilai dari $\text{Exp}(B)$ sebesar 1,000 yang menunjukkan bahwa pendapatan tinggi memiliki peluang sebesar 1,000 kali pada masyarakat dalam keputusan mengonsumsi apabila dibandingkan dengan masyarakat yang memiliki pendapatan rendah. Dengan kata lain masyarakat dengan pendapatan yang tinggi memutuskan untuk terus mengonsumsi minuman sehat sedangkan pada masyarakat dengan pendapatan yang rendah memutuskan untuk tidak selalu mengonsumsi minuman sehat. Hal tersebut didukung dengan data yang didapatkan bahwa masyarakat Perumahan Villa Bukit Tidar dengan tingkat pendidikan SMA, Sarjana dan Pascasarjana memilih untuk terus mengonsumsi

minuman sehat. Sedangkan pada masyarakat dengan tingkat pendidikan yang lebih rendah memilih untuk tidak terus mengonsumsi minuman sehat.

2. Tradisi (X_2)

Berdasarkan hasil analisis hasil uji wald regresi logistik yang disajikan pada Tabel 34 dapat diketahui bahwa variabel tradisi (X_2) memiliki nilai signifikan sebesar 0,009. Angka tersebut menyatakan nilainya $< 0,05$ sehingga dapat diartikan bahwa variabel pendapatan (X_2) berpengaruh secara nyata terhadap keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat. Nilai koefisien yang menunjukkan positif mengartikan bahwa apabila penerapan tradisi mengonsumsi minuman sehat diterapkan dalam keluarga dan lingkungan sosial maka semakin tinggi pula peluang keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat. Sebaliknya, semakin rendah penerapan tradisimengonsumsi minuman sehat di masyarakat maka semakin rendah juga peluang keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat.

Berdasarkan nilai dari $\text{Exp}(B)$ sebesar 7,925 yang menunjukkan bahwa penerapan tradisi mengonsumsi minuman sehat memiliki peluang sebesar 3,404 kali pada masyarakat dalam keputusan mengonsumsi apabila dibandingkan dengan masyarakat yang tidak menerapkan tradisi mengonsumsi minuman sehat. Dengan kata lain masyarakat yang telah terbiasa dengan tradisi mengonsumsi minuman sehat memutuskan untuk terus mengonsumsi minuman sehat sedangkan pada masyarakat yang tidak memiliki tradisi konsumsi memutuskan untuk tidak selalu mengonsumsi minuman sehat. Hal tersebut terjadi karena dampak sosial maupun lingkungan khususnya kondisi sosial dalam keluarga memiliki berperan besar dalam pola pemikiran seseorang dalam mengambil sebuah keputusan.

3. Kesehatan (X_4)

Berdasarkan hasil analisis hasil uji wald regresi logistik yang disajikan pada Tabel 34 dapat diketahui bahwa variabel kesehatan (X_4) memiliki nilai signifikan sebesar 0,006. Angka tersebut menyatakan nilainya $< 0,05$ sehingga dapat diartikan bahwa variabel kesehatan (X_4) berpengaruh secara nyata terhadap keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat. Pada variabel ini masyarakat memberikan penilaian terhadap pengaruh mengonsumsi minuman sehat terhadap kondisi tubuh serta alasan konsumsi apabila dilihat pada segi

keehatan. Nilai koefisien yang menunjukkan positif mengartikan bahwa apabila asumsi masyarakat terhadap efek kesehatan saat mengonsumsi minuman sehat semakin tinggi maka semakin tinggi pula keputusan masyarakat dalam mengonsumsi. Sebaliknya, semakin rendah asumsi masyarakat terhadap efek kesehatan saat mengonsumsi maka semakin rendah juga keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat.

Berdasarkan nilai dari $\text{Exp}(B)$ sebesar 40,539 yang menunjukkan bahwa asumsi dampak kesehatan pada tubuh memiliki peluang sebesar 40,539 kali pada masyarakat dalam keputusan konsumsi. Nilai $\text{Exp}(B)$ variabel ini merupakan yang paling besar apabila dibandingkan dengan variabel lain. Hal tersebut sesuai dengan kondisi di lapang bahwa masyarakat dengan pergeseran pola hidup yang lebih sehat juga menyebabkan perubahan pada pola konsumsi makanan dan minuman sehat (Andin, Titis, & Hakim, 2021). Dengan kata lain masyarakat dengan kesadaran kesehatan yang tinggi memutuskan untuk terus mengonsumsi minuman sehat sedangkan pada masyarakat dengan kesadaran akan kesehatan yang rendah memutuskan untuk tidak selalu mengonsumsi minuman sehat. Selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Bawono yang menyatakan bahwa efek samping kesehatan yang akan ditimbulkan oleh produk akan mempengaruhi masyarakat dalam mengonsumsi (Bawono, 2011).

4. Rasa (X_5)

Berdasarkan hasil analisis hasil uji wald regresi logistik yang disajikan pada Tabel 34 dapat diketahui bahwa variabel rasa (X_5) memiliki nilai signifikan sebesar 0,027. Angka tersebut menyatakan nilainya $< 0,05$ sehingga dapat diartikan bahwa variabel rasa (X_5) berpengaruh secara nyata terhadap keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat. Nilai koefisien yang menunjukkan positif mengartikan bahwa apabila rasa produk sesuai dengan harapan masyarakat maka semakin tinggi keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat. Sebaliknya, apabila rasa yang ditawarkan produk tidak sesuai dengan harapan masyarakat maka semakin rendah juga keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat.

Berdasarkan nilai dari $\text{Exp}(B)$ sebesar 6,275 yang menunjukkan bahwa variabel rasa yang sesuai dengan harapan masyarakat memiliki peluang sebesar

6,275 kali pada masyarakat dalam keputusan mengonsumsi. Dengan kata lain masyarakat akan cenderung melakukan keputusan konsumsi terhadap produk minuman sehat yang memiliki rasa sesuai dengan harapan mereka. Mengetahui hal tersebut, sesuai dengan hasil analisis konjoin yang telah dilakukan sebelumnya diketahui bahwa masyarakat lebih cenderung memilih produk minuman sehat yang memiliki rasa manis. Sehingga, produk minuman sehat yang memiliki rasa manis memiliki pengaruh yang lebih tinggi terhadap keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat.

5. Tekstur (X_7)

Berdasarkan hasil analisis hasil uji wald regresi logistik yang disajikan pada Tabel 34 dapat diketahui bahwa variabel tekstur (X_7) memiliki nilai signifikan sebesar 0,043. Angka tersebut menyatakan nilainya $< 0,05$ sehingga dapat diartikan bahwa variabel pendapatan (X_7) berpengaruh secara nyata terhadap keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat. Nilai koefisien yang menunjukkan positif mengartikan bahwa apabila tekstur produk sesuai dengan harapan masyarakat maka semakin tinggi keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat. Sebaliknya, apabila tekstur produk tidak sesuai dengan harapan masyarakat maka semakin rendah juga keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat.

Berdasarkan nilai dari $\text{Exp}(B)$ sebesar 7,693 yang menunjukkan bahwa variabel tekstur yang sesuai dengan harapan masyarakat memiliki peluang sebesar 7,693 kali pada masyarakat dalam keputusan mengonsumsi. Dengan kata lain masyarakat akan cenderung melakukan keputusan konsumsi terhadap produk minuman sehat yang memiliki tekstur sesuai dengan harapan mereka. Mengetahui hal tersebut, sesuai dengan hasil analisis konjoin yang telah dilakukan sebelumnya diketahui bahwa masyarakat lebih cenderung memilih produk minuman sehat yang memiliki tekstur cair. Sehingga, produk minuman sehat yang memiliki tekstur cair memiliki pengaruh yang lebih tinggi terhadap keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat.

6. Harga (X_8)

Berdasarkan hasil analisis hasil uji wald regresi logistik yang disajikan pada Tabel 34 dapat diketahui bahwa variabel harga (X_8) memiliki nilai signifikan

sebesar 0,008. Angka tersebut menyatakan nilainya $< 0,05$ sehingga dapat diartikan bahwa variabel pendapatan (X_8) berpengaruh secara nyata terhadap keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat. Nilai koefisien yang menunjukkan angka negatif yakni senilai -2,864 mengartikan bahwa apabila harga yang ditawarkan semakin rendah maka semakin rendah keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat. Sebaliknya, semakin tinggiharga produk minuman sehat maka semakin tinggi keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat. Hal tersebut selaras dengan penelitian Vidya, dkk bahwa Karena juga memberikan manfaat kesehatan, makanan dengan klaim kesehatan seringkali lebih mahal daripada makanan lainnya. beberapa manfaat yang menguntungkan bagi konsumen (Vidya, Nisa, & Palupi, 2018).

Berdasarkan nilai dari $\text{Exp}(B)$ sebesar 0,057 yang menunjukkan bahwa harga produk minuman sehat memiliki peluang sebesar 0,057 kali pada masyarakat dalam mengambil keputusan mengonsumsi minuman sehat. Dengan kata lain masyarakat akan memutuskan untuk terus mengonsumsi minuman sehat dengan harga produk yang tinggi (mahal). Sedangkan masyarakat akan memutuskan untuk tidak selalu mengonsumsi minuman sehat dengan harga produk yang rendah (murah/terjangkau). Mengetahui hal tersebut, terdapat perbedaan dengan hasil analisis konjoin yang telah dilakukan sebelumnya bahwa masyarakat lebih cenderung memilih produk minuman sehat yang memiliki harga murah. Sehingga, harga produk minuman sehat yang memiliki memiliki pengaruh yang terhadap keputusan masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dijabarkan secara rinci dalam bab pembahasan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yakni sebagai berikut:

1. Berdasarkan kondisi sosial ekonomi masyarakat dapat diketahui bahwa mayoritas masyarakat yang mengonsumsi minuman sehat adalah kalangan ibu rumah tangga sejumlah 37% berusia 40-49 tahun sejumlah 33% berlatar belakang pendidikan SMA sejumlah 57% berpendapatan senilai < Rp2.000.000 sejumlah 53% dengan jenis produk minuman sehat yang sering dikonsumsi adalah produk jus buah dan sayur sejumlah 46%.
2. Berdasarkan hasil analisis konjoin diketahui preferensi masyarakat dalam mengonsumsi minuman sehat adalah produk minuman sehat jenis jus buah dan sayur yang memiliki rasa manis, bertekstur cair, memiliki harga murah dan produk dapat disimpan. Nilai kepentingan atribut yang terbesar adalah atribut rasa sehingga atribut tersebut adalah atribut yang paling penting apabila dibandingkan dengan atribut lain yang ada pada penelitian.
3. Berdasarkan hasil uji wald melalui SPSS 21 diketahui faktor-faktor yang berpengaruh signifikan dalam mengonsumsi produk minuman sehat adalah variabel pendapatan (X_1), tradisi (X_2), kesehatan (X_4), rasa (X_5), tekstur (X_7), dan harga (X_8). Sedangkan variabel yang tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumsi masyarakat adalah variabel persepsi (X_3) dan variabel aroma (X_6).

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh saran sebagai berikut:

1. Dalam pengembangan produk minuman sehat, produsen dapat menciptakan produk sesuai dengan segmentasi dan preferensi masyarakat, seperti cenderung kepada produk jus, memiliki rasa manis, bertekstur cair dan murah serta produk dapat disimpan.
2. Dalam penerapan strategi pemasaran produk, produsen dapat mempertimbangkan aspek kesadaran masyarakat yang masih cukup tinggi akan

kesehatan sehingga dalam membuat sebuah produk dapat mempertimbangkan aspek kesehatannya.

3. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian terhadap variabel-variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini seperti variabel gaya hidup, promosi dan distribusi produk serta motivasi mengonsumsi untuk pengembangan penelitian lebih luas.



DAFTAR PUSTAKA

- Adelawati, K. (2020). Analisis Konjoin Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Brastagi Supermarket Medan.
- Agustina, S. Menentukan Preferensi Pelanggan Dalam Memilih Marketplace Menggunakan Metode Analisis Konjoin.
- Al Farisi, M. S. (2020). Preferensi Masyarakat Terhadap Pembelian Produk Makanan Halal di Dusun Mlangi Yogyakarta. *JMBK* , 1, 60-75.
- Andin, A. H., Titis, C. Z., & Hakim, A. H. (2021). Penerapan perilaku hidup bersih dan sehat di masa pandemi Covid-19. *Early Childhood: Jurnal Pendidikan* , 5(1), 78-88.
- Andin. A. H., T. C. (2021). Penerapan perilaku hidup bersih dan sehat di masa pandemi Covid-19 *Early Childhood*. 5(1), 78-88.
- Arman Hakim, N. (2006). *Manajemen Industri*. Andi Offset.
- Azmansyah, & Arief, E. (2017). Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Sumber Finansial di Kecamatan Marpoyan Damai Pekanbaru Riau. *Jurnal Ekonomi KIAM* , 28, 81-91.
- Bawono, A. (2011). Kontribusi Religuitas dalam Perilaku Pengambilan Keputusan Konsumsi. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* , 2(1), 115-133.
- Dewi, N. S., & Prabowo, R. E. (2018). Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik di Kota Semarang). *Prosiding Sendi-U* , 710-716.
- Ekadipta, E., & Arthono, A. (2020). Analisis Preferensi Konsumen Jamu Dalam Kemasan Di Wilayah Jabodetabek.
- Elfariyanti, Maifera, Fauziah, & Hardiana. (2020). Gambaran Keputusan Konsumsi Masyarakat Terhadap Obat Herbal dan Obat Kimia di Desa Paya Seumantok Aceh Jaya. *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu Universitas Asahan Ke-4 Tahun 2020* , 1185-1195.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadijah, S. (2015). Deteksi Cemaran Bakteri pada Jamu Tradisional yang Dijajakan di Kelurahan Banta-Bantaeng. *Jurnal Biotek* , 3(1), 107-114.
- Hakim, A. (2006). *Manajemen Industri*. Andi Offset.
- Hardiyanto, C. (2017). Pemahaman Dan Preferensi Masyarakat Dalam Memilih Makanan Halal .

- Hubeis, M. (2013). Prospek Pangan Organik Bernilai Tambah Tinggi Berbasis Petani .
- Huda, N. (2017). Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Muslim Memilih Hotel Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* , 490-511.
- Hungu. (2016). *Demografi Kesehatan Indonesia*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1* . Jakarta: Erlangga.
- Lamunuhia, S. F. (2018). Pengaruh Audit Tenure, Rotasi Kap, Ukuran Perusahaan Klien dan Spesialisasi Auditor Terhadap Kualitas Audit.
- Megananda, F., & Sanaji, F. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Sehat Dan Citra Merek Terhadap Preferensi Konsumen Minuman RTD (Ready To Drink) Di Kalangan Mahasiswa Kampus Unesa Ketintang (Case: Coca=Cola Zero Sugar & Teh Botol Sosro Tawar). *Jurnal Ilmu Manajemen* , 9(4), 1613-1622.
- Mulyani, S. (2020). *SENYUM MERONA, Antologi dari Bumi Paguntaka: Covid-19: Dampak dan Solusi*.
- Muzdalifah. (2012). *Kajian Preferensi Konsumen Terhadap Buah-Buah Lokal di Kota Banjar Baru* (Vol. 2 (3)). *Jurnal Agribisnis Pedesaan*.
- Ninsix, R., Azima, F., Novelina, N., & N, N. (2018). Metode Penetapan Titik Keritis, Daya Simpan, dan Kemasan Produk Instan Fungsional. *7(1)*, 45-52.
- Njoto, T. K. (2016). Pengaruh Desain Kemasan, Cita Rasa, dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bumi Anugerah. *1(4)*, 455-463.
- Pande, P., & Ni Luh, K. (2017). Pengaruh Pendapatan, Anggota Keluarga, dan Pendidikan Terhadap Pola Konsumsi Rumah Tangga Miskin di Kecamatan Gianyar. *E-Tech* , 39-48.
- Prasetyo, D., & Irwansyah. (2020). Memahami Masyarakat dan Perspektifnya. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* , 1, 163-175.
- Puspasari, E. D., Sarma, M., & Najib, M. (2017). Prefferensi Konsumen Dan Strategi Pemsaran Produk Puree Bayam Organik Studi Kasus Di Cv. Addin Abadi Bogor. 27.
- Rahardja, P., & Murung, M. (2010). *Teori Ekonomi Mikro Suatu Pengantar*. Jakarta: FEUI.
- Ramdhan, M. (2021). Metode Penelitian. Cipta Media Nusantara.

- Risnawati, A. (2016). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga Di Kecamatan Sumur Bandung. *Doctoral disertasion, Fakultas Ekonomi Unpas Bandung* .
- Rizka, S., Purnamadewi, Y., & Hasanah, N. (2018). Produk Roti dalam Pola Konsumsi Pangan dan Keberadaan Label Halal dalam Keputusan Konsumsi Masyarakat (Kasus: Kota Bogor). *Al-Muzara'ah* , 6(1), 15-27.
- Rizqiah, U. (2017). Analisis Kematangan Beragama Orang Tua yang Berusia 40-49 Tahun dalam Pembinaan Akhlaq Anak.
- Rohmah, A. N., & Subari, S. (2021). Preferensi Konsumen terhadap Produk Minuman Kopi di Kopi Janji Jiwa Jilid 324 Surabaya. *AGRISCIENCE* , 1, 548-562.
- Rohmani, S., Yugatama, A., & Prihapsari, F. (2018). Inovasi Minuman Sehat Berbahan Kedelai dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat Melalui Wirausaha di Kabupaten Sukoharjo. *Agrokreatif* , 4, 68-74.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Jurnal Penelitian Edisi 1*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sayekti, W. D., Adawiyah, R., Indriyani, Y., Tantriadisti, S., & Syafani, T. S. (2021). Pola Pikir Makan dan Preferensi Mahasiswa terhadap Makanan dan Minuman Jadi: Studi Kasus di Kota Bandar Lampung Saat Pandemi Covid-19. *AgriHealth: Journal of Agri-food, Nutrition and Public Health* , 2(2), 65-77.
- Siregar. (2020). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17 (Edisi 1 Cetakan 3)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Statistik, B. P. (2021). Rata-rata Konsumsi Perkapita Seminggu Menurut Kelompok Makanan dan Minuman Jadi Per Kabupaten/kota (Satuan Komoditas).
- Suarjana, I., Padmiari, I., & Sugiani, P. (2019). Sosialisasi Pentingnya Susu Kedelai Sebagai Minuman Sehat, Kaya Protein, dan Serat Serta Alami Untuk Anak Sekolah Dasar di Kecamatan Ubud Kabupaten Gianyar. *Jurnal Pengabmas Masyarakat* , 1(3), 208-215.
- Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfa-beta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sujarweni, W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Susanti, E., & Kholisoh, N. (2018). Konstruksi Makna Kualitas Hidup Sehat (Studi Fenomenologi pada Anggota Komunitas Herbalife Klub Sehat Ersandi Jakarta). *Jurnal Lugas* , 2(1), 1-12.
- Taluke, D., Lakat, R. S., & Sembel, A. (2019). Analisis Preferensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Jurnal Spasial* , 6, 531-541.
- Tjiptono, F. (1997). *Strategi Pemasaran Edisi Ke-2*. Yogyakarta: Andi Off-set.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa*.
- Umar, H. (2003). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ummah, H., & Hayati, M. (2022). Preferensi Konsumen Jamu Kunyit Asam di Madura. *Agriscience* , 2(3), 729-742.
- Veronica, M. T., & Ilmi, I. M. (2020). Minuman Kekinian di Kalangann Mahasiswa Depok dan Jakarta. *Indonesian Jurnal of Health Development* , 2, 83-91.
- Vidya, C., Nisa, F. Z., & Palupi, I. R. (2018). Persepsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta Terhadap Atribut Produk Minuman Kesehatan. *Jurnal Keolahragaan* , 6, 184-192.
- Wardana, M., & Rianti, T. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Masyarakat dalam Mengonsumsi Produk Rempah (Jamu) pasca Pandemi. *Media Agribisnis* , 6(2), 145-155.
- Wawan, A., & Dewi. (2010). *Teori dan Pengukuran Pengetahuan, Sikap dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta: Nuha Medika.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN



Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Terhadap Konsumsi Minuman Sehat di Kota Malang

Nabilah Miftachul Khoiriyah/21901032026

Dosen Pembimbing: 1. Ir. Sri Hindarti, M.Si.

2. Titis Surya Maha Rianti, SP., MP.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat,

Saya Nabilah Miftachul Khoiriyah Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Islam Malang. Dalam menyelesaikan pendidikan S-1, saya akan melaksanakan skripsi yang berjudul "Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Terhadap Konsumsi Minuman Sehat di Kota Malang". Melalui lembar kuisisioner ini, saya mengharapkan kesediaan Bapak, Ibu dan saudara-saudara untuk mengisi kuisisioner berikut. Kuisisioner ini tidak terdapat jawaban salah atau benar, dimana jawaban sesuai dengan perspektif atau berdasarkan pengalaman Bapak, Ibu dan saudara-saudara.

Jawaban Bapak Ibu dan saudara-saudara sangat bermanfaat dan bermakna bagi studi saya. Nantinya semua data yang didapatkan akan dijaga dan disimpan secara rahasia dan murni digunakan hanya untuk kepentingan penelitian saja. Atas perhatian dan kesediaannya, saya ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alikum Wr. Wb.

Peneliti,

Nabilah Miftachul Khoiriyah

Petunjuk Pengisian

1. Baca terlebih dahulu pertanyaan yang terdapat dibawah ini!
2. Pilih salah satu dari opsi jawaban dibawah ini dengan mencoret atau memberikan checklist pada jawaban yang dikehendaki!
3. Jawaban yang diberikan merupakan jawaban yang sebenarnya yang merupakan kondisi nyata dari yang saudara rasakan!

Pertanyaan:

1. Karakteristik Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin
 - Laki-laki
 - Perempuan
3. Usia :
4. Pendidikan terakhir
 - SD
 - SMP
 - SMA
 - Sarjana
 - Pascasarjana
5. Pekerjaan saat ini
 - Ibu rumah tangga
 - Pelajar/Mahasiswa
 - Pegawai Negeri Sipil (non pendidik)
 - Pegawai Swasta
 - Wiraswasta
 - Pensiunan
 - Pendidik (Guru/Dosen)
6. Pendapatan per bulan
 - < Rp 2.000.000
 - Rp 2.000.000 - < Rp 3.000.000
 - Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000
 - > Rp 4.000.000

7. Jumlah anggota keluarga
 - 2 anggota
 - 3 anggota
 - 4 anggota
 - Lebih dari 4 anggota
8. Jenis produk minuman sehat yang sering dikonsumsi
 - Jus buah dan sayur
 - Sari buah
 - Susu sari kedelai
 - Ramuan herbal/jamu
9. Jika sering mengonsumsi jus buah dan sayur, merek apa yang dikonsumsi?
 - Jus Buavita
 - Jus ABC
 - Jus *Country choice*
 - Lainnya: ...
10. Jika sering mengonsumsi sari buah, merek apa yang dikonsumsi?
 - Siiplah
 - Brosem
 - Sari Apel Batu
 - Lainnya: ...
11. Jika sering mengonsumsi susu sari kedelai, merek apa yang dikonsumsi?
 - ABC Sari Kedelai
 - V-Soy
 - Naraya Soya
 - Lainnya: ...
12. Jika sering mengonsumsi ramuan herbal/jamu, merek apa yang dikonsumsi?
 - Herbadrink
 - Tolak angin
 - Bintang Toedjoe

- Sidomuncul
 - Lainnya: ...
13. Frekuensi konsumsi minuman sehat
- Satu bulan sekali
 - Satu bulan 2 kali
 - Satu bulan 3 kali
 - Satu bulan 4 kali
 - Satu bulan 8 kali
 - ≥ 8 kali dalam satu bulan
14. Asal produk minuman sehat yang dikonsumsi
- Membuat sendiri
 - Membeli
 - Pemberian
15. Jika membuat sendiri, frekuensi pembelian produk bahan baku minuman sehat
- Dalam satu bulan pembelian mencapai $\frac{1}{2}$ kg
 - Dalam satu bulan pembelian mencapai 1 kg
 - Dalam satu bulan pembelian mencapai 1,5 kg
 - Dalam satu bulan pembelian mencapai 2 kg
 - Dalam satu bulan pembelian mencapai lebih dari 2 kg

2. Preferensi Masyarakat

Petunjuk Pengisian:

1. Bacalah secara perlahan dan bandingkan 16 kombinasi dari produk minuman sehat yang tersedia!
2. Pastikan kombinasi dari minuman sehat yang anda sukai dan kombinasi produk minuman sehat yang akan anda beli pertama, kedua, ketiga, dst.
3. Berilah peringkat nilai atau ranking (1-16) pada 16 kombinasi minuman sehat dengan ketentuan nilai 1 adalah nilai terendah dalam kuesioner dan nilai 16 adalah nilai tertinggi.

Catatan: memberikan nilai 16 artinya pilihan pertama anda dalam mengonsumsi minuman sehat, memberikan nilai 15 adalah pilihan kedua anda dalam mengonsumsi minuman sehat dan seterusnya.

No.	Kombinasi Produk Minuman Sehat					Nilai
	Jenis	Rasa	Tekstur	Harga	Umur Simpan	
P1	Susu sari kedelai	Pahit	Kental	Mahal	Dapat disimpan	
P2	Minuman herbal jamu	Manis	Cair	Mahal	Sekali minum	
P3	Susu sari kedelai	Manis	Cair	Murah	Sekali minum	
P4	Susu sari kedelai	Masam segar	Cair	Mahal	Dapat disimpan	
P5	Minuman herbal jamu	Masam segar	Kental	Murah	Dapat disimpan	
P6	Jus buah dan sayur	Masam segar	Kental	Mahal	Sekali minum	
P7	Susu sari kedelai	Manis	Kental	Murah	Sekali minum	
P8	Jus buah dan sayur	Pahit	Cair	Mahal	Sekali minum	
P9	Sari buah	Manis	Kental	Mahal	Dapat disimpan	
P10	Minuman herbal jamu	Manis	Kental	Mahal	Sekali minum	
P11	Sari buah	Masam segar	Cair	Murah	Sekali minum	
P12	Jus buah dan sayur	Manis	Cair	Murah	Dapat disimpan	
P13	Minuman herbal jamu	Pahit	Cair	Murah	Dapat disimpan	
P14	Jus buah dan sayur	Manis	Kental	Murah	Dapat disimpan	

P15	Sari buah	Pahit	Kental	Murah	Sekali minum	
P16	Sari buah	Manis	Cair	Mahal	Dapat disimpan	

3. Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Masyarakat

Petunjuk:

1. Bacalah terlebih dahulu pernyataan yang telah tersedia!
2. Tentukan pilihan yang menurut saudara paling cocok dengan yang saudara rasakan!
3. Isi kolom penilaian dengan ketentuan dibawah ini:

Kategori	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

1. Berapa pendapatan saudara selama 1 bulan?

Jawaban:

2. Pernyataan

Variabel	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	N	TS	STS
Tradisi (X ₂)	Produk minuman sehat telah menjadi kebiasaan dalam keluarga untuk dikonsumsi.					
Persepsi (X ₃)	Dengan mengonsumsi minuman sehat bisa memberikan dampak positif untuk kekebalan tubuh.					
Kesehatan (X ₄)	Mengutamakan kesehatan dalam mengonsumsi minuman sehat untuk meningkatkan kekebalan tubuh.					

	Mengonsumsi produk minuman sehat karena khasiat produknya terhadap tubuh.					
Rasa (X ₅)	Rasa produk menjadi pertimbangan penting dalam mengonsumsi produk minuman sehat.					
Aroma (X ₆)	Aroma produk menjadi pertimbangan dalam mengonsumsi produk minuman sehat					
Tekstur (X ₇)	Tekstur produk (kental/cair) menjadi pertimbangan dalam mengonsumsi minuman sehat					
Harga (X ₈)	Harga yang ditawarkan cukup terjangkau (<Rp 10.000/kemasan) menjadi pertimbangan dalam mengonsumsi minuman sehat					

Variabel	Pernyataan	Penilaian	
		Ya	Tidak
Keputusan Konsumsi (Y)	Akan terus mengonsumsi produk minuman sehat yang meliputi produk jus buah dan sayur, sari buah, susu sari kedelai, minuman ramuan tradisional herbal/jamu.		

Lampiran 2. Tabulasi Data Karakteristik Responden Minuman Sehat

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pendapatan	Jumlah Anggota Keluarga
1	M. Adi Amaludin	Laki-laki	26	Sarjana	4000000	2
2	Sina Hertina	Perempuan	49	SMP	2000000	> 4
3	Bu Nur	Perempuan	55	SMP	1200000	3
4	Bu Win	Perempuan	56	SMP	1500000	3
5	Suparno	Laki-laki	48	SMA	3000000	> 4
6	Nabil	Laki-laki	20	SMA	1300000	> 4
7	Mufti	Laki-laki	27	SMA	2000000	3
8	Sripah	Perempuan	44	SMP	1000000	4
9	Bu Yuni	Perempuan	37	SMA	2000000	3
10	Sunarko	Laki-laki	40	SMA	4000000	4
11	Jingga	Perempuan	19	SMA	1000000	3
12	Sovia	Perempuan	20	SMA	2500000	4
13	Zainudin	Laki-laki	18	SMA	2000000	> 4
14	Siti	Perempuan	19	SMA	2000000	> 4
15	Muhamat	Laki-laki	40	SD	1800000	3
16	Warniati	Perempuan	55	SD	2000000	3
17	Paidi	Laki-laki	40	SD	1900000	> 4
18	Iswatun	Perempuan	35	SD	3000000	> 4
19	Moch. Sujiono	Laki-laki	49	SMP	3000000	3
20	Yeni	Perempuan	48	SD	2000000	3
21	Nenik	Perempuan	40	SMP	2500000	4
22	Kadi	Laki-laki	60	SD	1800000	3
23	Anaiz Triza	Perempuan	21	Sarjana	4000000	3
24	Syamsul	Laki-laki	50	SMP	3000000	4
25	Tutik	Perempuan	30	SMP	2500000	3
26	Zumauladi	Laki-laki	30	Sarjana	5000000	4
27	Dwi Runi	Perempuan	40	SD	2500000	> 4
28	Dinda Mirato	Perempuan	26	Sarjana	4000000	3
29	Leni Era	Perempuan	24	SMA	4000000	3
30	Arsyila Syifa	Perempuan	22	SMA	2000000	4
31	Salsabilla Dwi	Perempuan	21	SMA	1500000	2
32	Aizul Bagaskara	Laki-laki	23	Sarjana	1800000	3
33	Cinta Noverizka	Perempuan	18	SMA	1500000	4
34	Amalia Ratna	Perempuan	23	Sarjana	2800000	2

35	Melisa Alvina	Perempuan	21	SMA	1500000	3
36	Jumasri	Perempuan	50	SD	2000000	3
37	Nina Listiana	Perempuan	21	SMA	1000000	4
38	Alfan Ainul	Laki-laki	26	SMA	3500000	3
39	April	Perempuan	38	Sarjana	4500000	> 4
40	Tridurotun	Perempuan	45	Sarjana	3000000	3
41	Cicik	Perempuan	43	SMA	4500000	4
42	Kasiyani	Perempuan	52	SMP	1800000	> 4
43	Ndawik	Perempuan	42	SMA	1800000	2
44	Fitri	Perempuan	41	SMA	1800000	2
45	Rizky	Perempuan	35	SMA	1800000	4
46	Wilujeng	Perempuan	49	Sarjana	1800000	4
47	Erni	Perempuan	37	SMA	2500000	4
48	Tutik	Perempuan	40	SMP	1800000	4
49	Diyani	Perempuan	45	SMA	1800000	3
50	Jumiati	Perempuan	56	SMA	1800000	4
51	Agustin	Perempuan	53	SMA	2800000	4
52	Lingling	Perempuan	36	Sarjana	1800000	3
53	Nunuk	Perempuan	58	SMP	1800000	2
54	Susi	Perempuan	52	Sarjana	2800000	4
55	Nurul	Perempuan	42	SMA	1800000	3
56	Retno	Perempuan	43	SMA	1800000	4
57	Siti Aminah	Perempuan	57	SMP	2500000	2
58	Elvia	Perempuan	35	SMA	2500000	3
59	Rusmiati	Perempuan	48	SMA	1800000	3
60	Sulastri	Perempuan	45	SMA	1800000	2
61	Inge	Perempuan	32	SMA	1800000	3
62	Ajeng	Perempuan	38	Sarjana	2500000	4
63	Una	Perempuan	33	SMA	2800000	3
64	Rendra Prayoga	Laki-laki	23	SMA	1500000	> 4
65	Dodi	Laki-laki	19	SMA	1500000	3
66	Dania Maulida	Perempuan	20	SMA	1800000	4
67	Diana Lestari	Perempuan	21	SMA	1800000	> 4
68	Siti Rohana	Perempuan	38	SD	1500000	> 4
69	M. Firdaus	Laki-laki	21	SMA	1800000	4
70	A. Barack	Laki-laki	20	SMA	2000000	3
71	Soni	Laki-laki	21	SMA	1800000	4
72	Lusi	Perempuan	29	SMA	1800000	3
73	Siti Zulaikah	Perempuan	37	SMA	2500000	> 4
74	Rahayu Wilujeng	Perempuan	53	SMA	2500000	> 4

75	Diah Sumantri	Perempuan	52	Sarjana	2500000	4
76	Arum Tyas	Perempuan	42	Sarjana	2800000	4
77	Kusnadi	Laki-laki	42	SMA	4000000	4
78	Sokib	Laki-laki	51	SMA	1300000	4
79	Putri Agatha	Perempuan	21	SMA	1500000	> 4
80	Maretha	Perempuan	19	Sarjana	1800000	4
81	Dewi Wilya	Perempuan	19	SMA	1500000	4
82	Puspa Permata	Perempuan	19	SMA	1800000	> 4
83	Keke	Perempuan	23	SMA	1800000	> 4
84	Ikhwan Sujono	Laki-laki	42	SMP	1800000	4
85	Nono	Laki-laki	54	SMA	1800000	4
86	Laifah	Perempuan	37	Sarjana	2500000	3
87	Siti Ika	Perempuan	43	SMA	1800000	> 4
88	M. Mujadi	Laki-laki	17	SMA	1500000	4
89	Mutmainah	Perempuan	52	Pascasarjana	4000000	4
90	Fira Diana	Perempuan	45	Sarjana	1500000	> 4
91	M. Husein Haikal	Laki-laki	18	SMA	1400000	> 4
92	M. Rizal Gibran	Laki-laki	17	SMP	1000000	> 4
93	Syamsul Arifin	Laki-laki	46	Sarjana	5000000	> 4
94	Mujjantoro	Laki-laki	47	SMA	1800000	3
95	Sriyani	Perempuan	54	SMA	1800000	> 4
96	Rian	Laki-laki	35	SMA	2500000	4
97	Lutfi	Laki-laki	39	Sarjana	2300000	3
98	Ena	Perempuan	41	SMA	1300000	4
99	Yanti	Perempuan	44	SMA	2100000	> 4
100	Karno	Laki-laki	49	SMA	1500000	3

Lampiran 3. Data Konsumsi Minuman Sehat

Jenis Produk	Merek Produk	Frekuensi Konsumsi	Asal Produk	Frekuensi Bahan Baku
Jus Buah dan Sayur	Buavita	> 8	Membuat Sendiri	1 kg
Ramuan Herbal/Jamu	Lainnya	1	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	Lainnya	8	Membuat Sendiri	1,5 kg
Jus Buah dan Sayur	Lainnya	> 8	Membuat Sendiri	> 2
Jus Buah dan Sayur	Lainnya	1	Membuat Sendiri	0,5 kg
Jus Buah dan Sayur	Buavita	1	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	Buavita	1	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	Lainnya	3	Membuat Sendiri	1 kg
Jus Buah dan Sayur	Lainnya	2	Membuat Sendiri	1 kg
Jus Buah dan Sayur	Lainnya	2	Membuat Sendiri	1kg
Jus Buah dan Sayur	Lainnya	2	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	Buavita	4	Membeli	
Susu Sari Kedelai	Lainnya	3	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	Buavita	4	Membeli	
Susu Sari Kedelai	Lainnya	3	Membeli	
Susu Sari Kedelai	Lainnya	3	Membeli	
Susu Sari Kedelai	Lainnya	3	Membeli	
Susu Sari Kedelai	Lainnya	3	Membuat Sendiri	1 kg
Ramuan Herbal/Jamu	Herbadrink	4	Membeli	
Sari Buah	Siipah	4	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	Lainnya	> 8	Membuat Sendiri	> 2 kg
Sari Buah	Brosem	4	Membeli	
Susu Sari Kedelai	Lainnya	4	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	Lainnya	8	Membuat Sendiri	2 kg

Jus Buah dan Sayur	Lainnya	4	Membuat Sendiri	2 kg
Jus Buah dan Sayur	Lainnya	3	Membuat Sendiri	1 kg
Susu Sari Kedelai	Lainnya	> 8	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	Lainnya	4	Membuat Sendiri	2 kg
Jus Buah dan Sayur	Buavita	> 8	Membeli	
Susu Sari Kedelai	ABC	2	Membeli	
Susu Sari Kedelai	Naraya Soya	4	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	Buavita	4	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	Lainnya	> 8	Membuat Sendiri	> 2 kg
Susu Sari Kedelai	V-soy	8	Membeli	
Susu Sari Kedelai	Lainnya	1	Membeli	
Ramuan Herbal/Jamu	Sidomuncul	2	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	Buavita	3	Membeli	
Sari Buah	Brosem	3	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	ABC	3	Membeli	
Sari Buah	Sari Apel Batu	3	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	Buavita	3	Membeli	
Sari Buah	Brosem	2	Membeli	
Susu Sari Kedelai	Lainnya	3	Membuat Sendiri	1 kg
Sari Buah	Sari Apel Batu	2	Pemberian	
Sari Buah	Sari Apel Batu	3	Membeli	
Sari Buah	Siiplah	3	Membeli	
Sari Buah	Siiplah	2	Membeli	
Susu Sari Kedelai	Lainnya	2	Membeli	
Sari Buah	Brosem	3	Membuat Sendiri	1,5 kg
Sari Buah	Brosem	2	Membeli	
Sari Buah	Brosem	2	Membeli	
Sari Buah	Brosem	3	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	ABC	4	Membeli	

Sari Buah	Brosem	3	Membeli	
Susu Sari Kedelai	Lainnya	2	Membeli	
Sari Buah	Siiplah	3	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	ABC	2	Membeli	
Sari Buah	Brosem	2	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	Buavita	4	Membeli	
Sari Buah	Siiplah	3	Membeli	
Sari Buah	Siiplah	2	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	Buavita	4	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	Buavita	4	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	Buavita	2	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	Buavita	8	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	Lainnya	2	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	Lainnya	2	Membuat Sendiri	1 kg
Susu Sari Kedelai	ABC	> 8	Membeli	
Ramuan Herbal/Jamu	Tolak Angin	1	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	Lainnya	1	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	Buavita	2	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	Lainnya	8	Membeli	
Susu Sari Kedelai	Lainnya	> 8	Membuat Sendiri	> 2 kg
Susu Sari Kedelai	Lainnya	> 8	Membeli	
Ramuan Herbal/Jamu	Lainnya	1	Membeli	
Susu Sari Kedelai	Lainnya	8	Membeli	
Ramuan Herbal/Jamu	Lainnya	> 8	Membuat Sendiri	1,5 kg
Ramuan Herbal/Jamu	Lainnya	2	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	ABC	2	Membeli	
Susu Sari Kedelai	Naraya Soya	2	Membeli	
Sari Buah	Siiplah	8	Membeli	

Jus Buah dan Sayur	Lainnya	3	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	Lainnya	1	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	Buavita	2	Membeli	
Sari Buah	Sari Apel Batu	3	Membeli	
Ramuan Herbal/Jamu	Tolak Angin	8	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	Lainnya	4	Membuat Sendiri	> 2 kg
Jus Buah dan Sayur	Lainnya	1	Membuat Sendiri	1 kg
Jus Buah dan Sayur	Lainnya	2	Membeli	
Sari Buah	Sari Apel Batu	1	Membeli	
Susu Sari Kedelai	ABC	1	Membeli	
Sari Buah	Lainnya	1	Membeli	
Ramuan Herbal/Jamu	Tolak Angin	1	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	Lainnya	1	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	Lainnya	1	Membeli	
Ramuan Herbal/Jamu	Lainnya	1	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	Buavita	1	Membeli	
Susu Sari Kedelai	Lainnya	1	Membeli	
Jus Buah dan Sayur	ABC	1	Membeli	
Ramuan Herbal/Jamu	Sidomuncul	1	Membeli	

Lampiran 4. Tabulasi Data Preferensi Masyarakat

No	Nama	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16
1	M. Adi Amaludin	7	2	14	15	3	16	12	5	13	4	10	11	1	9	6	8
2	Sina Hertina	4	14	11	5	16	12	7	3	10	15	9	8	13	6	2	1
3	Bu Nur	3	14	13	8	12	15	11	2	9	10	7	16	5	4	1	6
4	Bu Win	3	5	4	14	15	16	1	7	6	9	11	13	8	12	2	10
5	Suparno	2	12	11	7	6	8	9	4	14	10	5	15	1	16	3	13
6	Nabil	4	13	11	5	10	14	9	3	8	7	6	15	1	16	2	12
7	Mufti	3	11	9	10	4	16	8	2	12	7	5	15	6	14	1	13
8	Sripah	3	13	12	6	4	5	11	2	10	1	7	15	8	16	1	9
9	Bu Yuni	1	14	6	7	15	5	9	3	8	13	10	12	4	16	2	11
10	Sunarko	2	9	6	8	12	16	7	4	10	5	13	15	1	14	3	11
11	Jingga	4	6	7	5	9	8	3	15	2	12	11	10	14	16	1	13
12	Sovia	1	6	8	7	5	9	10	3	14	4	12	11	2	16	15	13
13	Zainudin	6	5	12	11	4	8	9	1	13	3	14	10	2	16	7	15
14	Siti	4	9	14	5	6	7	11	3	10	12	8	13	1	15	2	16
15	Muhamat	2	3	12	4	7	16	9	8	15	5	14	6	13	11	10	1
16	Warniati	1	2	14	7	9	8	15	3	10	6	11	16	12	13	4	5
17	Paidi	3	2	10	1	9	11	15	6	5	7	16	12	14	13	4	8
18	Iswatun	2	5	16	4	8	13	7	3	12	6	10	9	15	14	1	11
19	Moch. Sujiono	10	8	7	2	15	11	13	1	12	16	6	9	3	14	4	5
20	Yeni	7	6	13	1	10	11	16	5	8	2	15	9	12	14	4	3
21	Nenik	1	4	12	3	10	9	15	2	8	6	16	7	14	11	5	13

22	Kadi	9	3	11	2	12	4	15	1	8	5	10	14	16	7	6	13
23	Anaiz Triza	2	9	12	5	4	15	16	1	14	11	3	8	13	10	6	7
24	Syamsul	1	2	15	3	9	8	13	4	7	5	14	16	12	10	6	11
25	Tutik	2	3	11	8	7	9	12	1	10	6	13	16	14	15	4	5
26	Zumauladi	2	3	15	4	10	9	16	5	7	8	11	12	6	13	1	14
27	Dwi Runi	3	8	14	12	6	4	16	2	7	11	5	13	10	15	1	9
28	Dinda Mirato	4	8	14	5	7	2	9	1	11	10	12	16	13	15	6	3
29	Leni Era	2	12	14	11	6	3	13	1	4	5	10	16	9	15	7	8
30	Arsyila Syifa	1	6	14	7	12	11	15	3	13	10	8	9	4	16	5	2
31	Salsabilla Dwi	9	8	11	2	13	7	16	1	5	6	12	15	10	14	3	4
32	Aizul Bagaskara	1	14	13	4	10	9	15	5	7	6	11	12	3	16	2	8
33	Cinta Noverizka	3	7	6	2	9	16	14	1	15	5	8	12	10	13	4	11
34	Amalia Ratna	5	4	15	10	3	8	16	2	11	7	9	13	1	14	6	12
35	Melisa Alviana	12	13	16	14	15	5	6	1	9	10	4	11	2	8	3	7
36	Jumasri	2	10	1	12	16	13	5	3	6	14	9	11	15	8	4	7
37	Nina Listiana	5	8	16	7	3	14	15	2	13	4	9	11	1	12	6	10
38	Alfan Ainul	1	8	10	7	5	9	11	2	16	6	12	13	4	15	3	14
39	April	5	4	6	3	8	7	9	2	11	10	14	12	1	16	13	15
40	Tridurotun	1	4	16	5	14	3	13	15	6	8	11	12	10	9	7	2
41	Cicik	9	11	15	10	14	12	16	13	1	3	2	6	8	5	7	4
42	Kasiyani	6	8	9	5	10	7	16	1	3	2	12	14	15	11	13	4
43	Ndawik	7	6	14	5	13	15	16	3	4	2	12	9	11	10	8	1
44	Fitri	3	6	16	7	13	2	15	12	1	5	9	11	14	8	10	4
45	Rizky	1	3	12	2	14	6	15	8	7	5	11	13	16	9	10	4
46	Wilujeng	6	11	7	5	8	1	10	9	2	4	13	14	15	16	12	3

47	Erni	2	4	9	3	10	8	11	6	7	5	15	14	16	12	13	1
48	Tutik	1	3	9	2	10	4	11	6	7	5	13	12	15	16	14	8
49	Diyana	5	7	15	6	14	8	16	2	4	3	10	9	12	13	11	1
50	Jumiati	1	3	10	2	9	4	6	5	8	7	16	15	12	14	13	11
51	Agustin	1	5	4	14	15	16	13	3	10	12	11	6	7	9	2	8
52	Lingling	9	10	12	14	11	16	13	15	4	7	6	8	1	5	3	2
53	Nunuk	1	6	7	5	8	4	9	3	12	10	11	2	14	15	16	13
54	Susi	6	13	8	7	12	9	11	10	14	15	5	16	2	3	1	4
55	Nurul	9	10	16	8	7	6	11	5	12	4	1	3	2	14	13	15
56	Retno	8	9	11	10	6	7	12	5	13	14	4	15	1	16	2	3
57	Siti Aminah	14	7	8	13	4	12	3	16	5	6	1	15	9	11	10	2
58	Elvia	2	4	14	3	15	5	16	7	8	6	10	12	11	13	9	1
59	Rusmiati	4	6	5	8	9	7	11	10	3	12	16	15	14	2	13	1
60	Sulastri	6	8	9	7	12	10	11	3	5	4	14	13	15	16	2	1
61	Inge	1	5	7	8	6	9	10	2	13	11	4	12	14	15	3	16
62	Ajeng	4	6	5	3	8	10	7	11	9	2	15	12	14	16	13	1
63	Una	1	6	8	5	7	10	9	11	3	4	13	12	15	14	16	2
64	Rendra Prayoga	1	13	12	9	7	14	11	2	10	8	5	16	3	15	4	6
65	Dodi	1	7	11	6	8	16	12	2	5	4	9	14	10	15	13	3
66	Dania Maulida	4	5	14	6	7	8	13	1	12	10	9	15	3	16	2	11
67	Diana Lestari	1	5	8	7	16	13	3	9	10	4	11	14	6	15	2	12
68	Siti Rohana	4	7	1	3	5	11	2	12	16	8	13	9	6	10	15	14
69	M. Firdaus	1	10	9	11	8	12	2	13	3	7	15	6	4	14	5	6
70	A. Barack	2	9	10	7	8	6	13	3	12	11	5	16	1	15	4	14
71	Soni	5	4	11	6	12	3	13	1	7	2	14	15	9	16	8	10

72	Lusi	1	2	13	3	11	9	14	8	7	6	10	15	12	16	4	5
73	Siti Zulaikah	13	4	15	14	3	6	16	7	8	2	5	12	1	11	9	10
74	Rahayu Wilujeng	5	6	14	13	7	2	16	1	9	15	12	4	8	3	10	11
75	Diah Sumantri	5	6	13	4	16	14	15	3	2	7	11	10	12	9	8	1
76	Arum Tyas	4	5	16	15	7	6	14	3	10	8	9	13	2	12	1	11
77	Kusnadi	3	13	10	12	16	11	9	2	7	14	4	8	15	6	1	5
78	Sokib	1	11	8	13	16	9	10	3	5	14	12	7	15	6	2	4
79	Putri Agatha	1	11	10	7	6	5	13	4	12	9	8	14	3	16	2	15
80	Maretha	4	6	16	15	12	7	14	3	5	13	9	8	2	11	1	10
81	Dewi Wilya	1	10	11	5	12	13	9	3	8	6	7	14	4	15	2	16
82	Puspa Permata	2	12	13	8	5	14	11	4	10	9	7	15	1	16	3	6
83	Keke	2	12	13	11	5	10	8	4	9	14	7	6	1	16	3	15
84	Ikhwan Sujono	1	16	9	6	14	10	8	2	7	15	3	13	4	12	5	11
85	Nono	1	5	14	7	8	6	13	9	15	12	10	11	2	4	3	16
86	Laifah	1	16	9	8	15	13	7	2	11	14	3	6	12	10	4	5
87	Siti Ika	1	12	3	2	11	16	4	15	7	10	8	13	9	14	5	6
88	M. Mujadi	5	6	10	3	13	4	9	2	7	14	8	16	12	15	1	11
89	Mutmainah	1	12	7	13	15	16	6	8	5	9	14	3	11	10	2	4
90	Fira Diana	4	7	12	8	5	6	11	3	15	10	14	9	2	13	1	16
91	M. Husein Haekal	3	6	16	15	5	8	14	2	13	9	7	12	4	10	1	11
92	M. Rizal Gibran	2	12	11	9	7	5	13	1	15	10	8	6	4	14	3	16
93	Syamsul Arifin	1	11	13	10	7	12	4	6	8	16	9	5	3	15	2	14
94	Mujjiantoro	5	12	13	7	8	6	14	4	11	10	3	15	2	16	1	9
95	Sriyani	4	14	15	6	5	7	13	3	12	10	8	16	1	11	2	9

96	Rian	3	2	6	15	13	4	5	9	7	14	10	8	16	11	1	12
97	Lutfi	1	8	13	10	12	7	9	2	6	14	5	16	4	15	3	11
98	Ena	1	10	15	7	11	9	16	2	8	6	5	14	4	13	3	12
99	Yanti	1	10	9	11	8	16	6	2	7	4	12	15	5	14	3	13
100	Karno	2	9	6	8	15	13	7	1	12	14	5	4	16	10	3	11



21	Nenik	2500000	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1
22	Kadi	1800000	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	0
23	Anaiz Triza	4000000	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	1
24	Syamsul	3000000	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1
25	Tutik	2500000	4	4	4	3	3,5	3	3	4	3	3	1
26	Zumauladi	5000000	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	1
27	Dwi Runi	2500000	3	4	3	4	3,5	5	5	3	3	3	1
28	Dinda Mirato	4000000	3	5	5	5	5	5	4	4	4	5	1
29	Leni Era	4000000	5	4	3	5	4	4	5	3	3	3	1
30	Arsyila Syifa	2000000	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	1
31	Salsabilla Dwi	1500000	4	4	3	4	3,5	4	4	4	3	4	0
32	Aizul Bagaskara	1800000	4	5	5	5	5	5	3	3	3	4	1
33	Cinta Noverizka	1500000	5	4	4	2	3	5	4	4	3	4	0
34	Amalia Ratna	2800000	5	4	4	5	4,5	5	5	5	5	3	1
35	Melisa Alviana	1500000	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	1
36	Jumasri	2000000	5	5	5	4	4,5	2	2	2	2	3	1
37	Nina Listiana	1000000	4	2	4	4	4	2	2	2	2	2	0
38	Alfan Ainul	3500000	5	4	4	3	3,5	5	5	5	3	3	1
39	April	4500000	5	5	5	4	4,5	4	4	4	4	4	1
40	Tridurotun	3000000	5	5	5	4	4,5	4	4	4	4	3	1
41	Cicik	4500000	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	1
42	Kasiyani	1800000	5	4	5	4	4,5	5	5	5	4	4	1
43	Ndawik	1800000	4	5	4	5	4,5	4	4	5	4	4	1
44	Fitri	1800000	4	4	5	4	4,5	4	4	4	4	4	1
45	Rizky	1800000	4	5	4	5	4,5	4	4	4	5	3	1

46	Wilujeng	1800000	4	4	4	5	4,5	4	4	4	3	1
47	Erni	2500000	4	5	5	4	4,5	4	5	5	3	1
48	Tutik	1800000	4	4	4	5	4,5	4	4	4	4	1
49	Diyani	1800000	4	4	5	4	4,5	4	4	4	3	1
50	Jumiati	1800000	4	5	5	4	4,5	4	4	4	4	1
51	Agustin	2800000	4	4	5	4	4,5	4	4	4	3	1
52	Lingling	1800000	4	4	5	4	4,5	4	4	5	4	1
53	Nunuk	1800000	4	5	4	5	4,5	4	3	5	4	1
54	Susi	2800000	4	5	5	4	4,5	4	4	5	4	1
55	Nurul	1800000	4	4	5	4	4,5	4	3	5	4	1
56	Retno	1800000	4	4	4	5	4,5	4	4	4	4	1
57	Siti Aminah	2500000	4	5	5	5	5	4	4	4	4	1
58	Elvia	2500000	4	4	4	5	4,5	4	4	4	3	1
59	Rusmiati	1800000	4	4	4	4	4	4	3	2	2	1
60	Sulastri	1800000	4	5	4	5	4,5	4	4	4	3	1
61	Inge	1800000	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
62	Ajeng	2500000	4	4	5	4	4,5	4	4	5	4	1
63	Una	2800000	4	4	5	4	4,5	4	5	4	4	1
64	Rendra Prayoga	1500000	2	3	4	4	4	5	4	3	5	0
65	Dodi	1500000	3	2	4	4	4	4	4	4	4	0
66	Dania Maulida	1800000	5	4	5	3	4	5	4	5	4	1
67	Diana Lestari	1800000	4	5	3	4	3,5	5	5	5	5	1
68	Siti Rohana	1500000	2	5	5	3	4	5	5	5	5	0
69	M. Firdaus	1800000	2	4	3	3	3	4	4	4	2	1
70	A. Barack	2000000	2	4	4	3	3,5	3	3	4	3	0

71	Soni	1800000	5	5	4	4	4	3	3	3	5	1
72	Lusi	1800000	3	3	4	3	3,5	4	4	5	5	0
73	Siti Zulaikah	2500000	5	5	5	5	5	4	4	4	4	1
74	Rahayu Wilujeng	2500000	5	5	5	5	5	5	4	4	4	1
75	Diah Sumantri	2500000	5	5	5	5	5	4	3	4	4	1
76	Arum Tyas	2800000	2	3	2	2	2	2	5	5	5	0
77	Kusnadi	4000000	4	4	3	3	3	2	2	4	2	1
78	Sokib	1300000	3	2	3	3	3	2	2	3	4	0
79	Putri Agatha	1500000	5	4	5	5	5	5	5	5	3	1
80	Maretha	1800000	5	2	2	2	2	5	5	5	3	1
81	Dewi Wilya	1500000	4	4	5	3	4	5	5	3	4	0
82	Puspa Permata	1800000	5	5	5	5	5	5	4	4	4	1
83	Keke	1800000	3	2	2	2	2	2	5	5	5	0
84	Ikhwan Sujono	1800000	5	2	2	2	2	5	5	5	4	0
85	Nono	1800000	2	2	2	2	2	4	4	2	4	0
86	Laifah	2500000	4	5	4	4	4	3	4	5	5	1
87	Siti Ika	1800000	5	5	4	4	4	4	4	5	3	1
88	M. Mujadi	1500000	5	5	5	5	5	4	5	5	5	1
89	Mutmainah	4000000	4	5	5	5	5	4	3	5	3	1
90	Fira Diana	1500000	4	4	4	3	3,5	4	4	2	4	1
91	M. Husein Haikal	1400000	3	5	2	2	2	3	2	2	2	0
92	M. Rizal Gibran	1000000	1	5	3	3	3	2	3	2	2	0
93	Syamsul Arifin	5000000	3	3	2	2	2	4	2	2	2	0
94	Mujiantoro	1800000	5	4	2	2	2	3	3	2	4	0
95	Sriyani	1800000	4	3	2	2	2	4	2	2	2	0

96	Rian	2500000	4	4	2	2	2	4	2	2	4	0
97	Lutfi	2300000	4	2	2	2	2	4	4	2	4	0
98	Ena	1300000	5	2	1	2	1,5	4	3	2	4	0
99	Yanti	2100000	3	4	2	2	2	4	2	2	4	0
100	Karno	1500000	5	5	2	2	2	3	2	2	4	0



Lampiran 6. Hasil Analisis Konjoin

Utilities

		Utility Estimate	Std. Error
Jenis	Jus buah dan sayur	,989	,347
	Sari buah	-,521	,347
	Susu sari kedelai	-,321	,347
	Minuman herbal jamu	-,148	,347
Rasa	Manis	1,858	,267
	Masam segar	,844	,313
	Pahit	-2,701	,313
Tekstur	Cair	,004	,200
	Kental	-,004	,200
Harga	Murah	1,257	,200
	Mahal	-1,257	,200
Umur_simpan n (Constant)	Dapat disimpan	,182	,200
	Sekali minum	-,182	,200
	(Constant)	8,021	,211

Importance Values

Jenis	30,870
Rasa	35,234
Tekstur	6,803
Harga	18,621
Umur simpan	8,471

Averaged Importance Score

Correlations^a

	Value	Sig.
Pearson's R	,975	,000
Kendall's tau	,845	,000

a. Correlations between observed and estimated preferences

Lampiran 7. Hasil Uji Validitas

Correlations

	X1	X2	X3	X4.1	X4.2	X5	X6	X7	X8	Y	
X1	Pearson Correlation	1	,156	,184	,145	,238*	,106	,009	,126	-,037	,348**
	Sig. (2-tailed)		,120	,067	,151	,017	,292	,927	,212	,716	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	,156	1	,182	,269**	,246*	,237*	,018	,128	,026	,358**
	Sig. (2-tailed)	,120		,071	,007	,014	,018	,862	,205	,799	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	,184	,182	1	,450**	,502**	,052	,034	,140	,081	,449**
	Sig. (2-tailed)	,067	,071		,000	,000	,607	,740	,165	,423	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X4.1	Pearson Correlation	,145	,269**	,450**	1	,666**	,266**	,245*	,456**	,048	,615**
	Sig. (2-tailed)	,151	,007	,000		,000	,007	,014	,000	,634	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	,238*	,246*	,502**	,666**	1	,223*	,159	,409**	,055	,698**
	Sig. (2-tailed)	,017	,014	,000	,000		,026	,115	,000	,588	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X5	Pearson Correlation	,106	,237*	,052	,266**	,223*	1	,374**	,284**	,139	,339**
	Sig. (2-tailed)	,292	,018	,607	,007	,026		,000	,004	,167	,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X6	Pearson Correlation	,009	,018	,034	,245*	,159	,374**	1	,520**	,413**	,204*
	Sig. (2-tailed)	,927	,862	,740	,014	,115	,000		,000	,000	,042
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X7	Pearson Correlation	,126	,128	,140	,456**	,409**	,284**	,520**	1	,338**	,426**
	Sig. (2-tailed)	,212	,205	,165	,000	,000	,004	,000		,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X8	Pearson Correlation	,337	,026	,081	,048	,055	,139	,413**	,338**	1	,171
	Sig. (2-tailed)	,716	,799	,423	,634	,588	,167	,000	,001		,032
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

	Pearson	,348*									
	Correlation	*	,358**	,449**	,615**	,698**	,339**	,204*	,426**	-,121	1
Y	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,042	,000	,232	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Nilai r tabel yang digunakan: 0,1646



Lampiran 8. Hasil Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
2,693E-006	10

Menurut Wiratna Sujarweni (2014), kuesioner dikatakan reliable jika nilai Cronbach Alpha > 0,6.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	31,3800	23,613	,221	,762
X2	2226027,400	78699558507	,156	2,352E-006
X3	2226027,230	78699555157	,184	2,305E-006
X4.1	2226027,480	78699556268	,145	2,320E-006
X4.2	2226027,590	78699541347	,238	2,107E-006
X5	2226027,510	78699568636	,106	2,497E-006
X6	2226027,630	78699583157	,009	2,705E-006
X7	2226027,710	78699561524	,126	2,396E-006
X8	2226027,810	78699590495	-,037	2,810E-006
Y	2226030,680	78699556228	,348	2,320E-006

Lampiran 9. Hasil Analisis Regresi Logistik

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	26,319 ^a	,617	,874

a. Estimation terminated at iteration number 9 because parameter estimates changed by less than ,001.

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	26,319 ^a	,617	,874

a. Estimation terminated at iteration number 9 because parameter estimates changed by less than ,001.

Variables in the Equation

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
X1	,000	,000	3,964	1	,046	1,000
X2	2,070	,793	6,822	1	,009	7,925
X3	1,335	,827	2,606	1	,106	3,800
X4	3,702	1,349	7,535	1	,006	40,539
Step 1 ^a X5	1,837	,832	4,872	1	,027	6,275
X6	-,828	1,042	,631	1	,427	,437
X7	2,040	1,009	4,093	1	,043	7,693
X8	-2,863	1,075	7,085	1	,008	,057
Constant	-29,584	8,830	11,225	1	,001	,000

a. Variable(s) entered on step 1: X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7, X8.

Lampiran 10. Dokumentasi Penelitian

