



UNIVERSITAS INDONESIA

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMSI
MINUMAN RINGAN BERKARBONASI PADA MAHASISWA
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS PNJ 2009**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana

MUTHMAINNAH

0806334142

**FAKULTAS ILMU KEPERAWATAN
PROGRAM STUDI ILMU KEPERAWATAN**

DEPOK

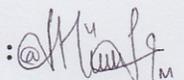
JUNI 2012

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Muthmainnah

NPM : 0806334142

Tanda Tangan : 

Tanggal : 26 Juni 2012

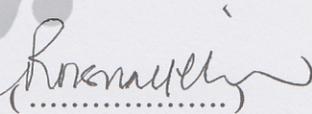
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :
Nama : Muthmainnah
NPM : 0806334142
Program Studi : Ilmu Keperawatan
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi
Konsumsi Minuman Ringan Berkarbonasi
Pada Mahasiswa Program Studi
Administrasi Bisnis PNJ 2009

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Keperawatan pada Program Studi Ilmu Keperawatan, Fakultas Ilmu Keperawatan, Universitas Indonesia.

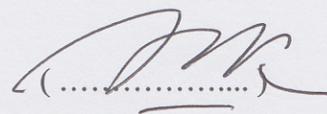
DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Hj. Krisna Yetti, SKp., M. App. Sc.



(.....)

Penguji : Dr. Murtiwi, SKp., MS



(.....)

Ditetapkan di : DEPOK

Tanggal : 26 Juni 2012

KATA PENGANTAR/UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur yang sedalam-dalamnya penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Keperawatan Jurusan Ilmu Keperawatan pada Fakultas Ilmu Keperawatan Universitas Indonesia. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ayahanda Drs.H.Saiful Amri dan ibunda Dra.Hj.Nur'aini HB serta abang Aulia Fadhilah dan adik Qurrota A'yun tercinta yang telah memberikan do'a, dorongan semangat, pengertian, pengorbanan serta dukungan baik moril maupun materil;
2. Ibu Hj.Krisna Yetti, SKp., M.App. Sc. selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas bimbingan, pengarahan, koreksi serta perhatian Ibu yang sangat berarti bagi penulis;
3. Ibu Dr. Murtiwi,SKp., MS, selaku dosen penguji. Terima kasih atas waktu yang Ibu luangkan, koreksi serta ilmu yang telah ibu berikan kepada peneliti sehingga ilmu yang dimiliki bertambah;
4. Ibu Kuntarti, M.Biomed, selaku koordinator Mata Ajar Riset Keperawatan;
5. Bapak dan Ibu dosen serta seluruh staf Fakultas Ilmu Keperawatan Universitas Indonesia yang telah banyak membantu penulis selama waktu perkuliahan;
6. Kakak-kakak dan adik-adik sepupu serta keluarga besar ayah dan ibu yang telah memberikan do'a, dorongan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini;
7. Teman hitam putih dan teman-teman di Kontrakan Warna-Warni (Febi, Mazi, Ayi, Mande, Yunika, Ira, Dina, Pipit dan kak Ipit) yang telah berbagi canda dan tawa dalam keadaan suka dan duka selama 2,5 tahun ini;
8. Teman berpetualang (Dini Sulistyanti) yang telah memberikan semangat dan dorongan untuk sama-sama menyelesaikan skripsi;

9. Teman-teman kelompok mentoring, rakor-rakor SALAM UI X3, BEM UI 2011, laskar bunga dan syi'ra serta DERSOZ yang telah mengajarkan ilmu tentang kerjasama, kesabaran dan keikhlasan;
10. Teman-teman, kakak-kakak dan adik-adik SMANSA Pa-Pa, IMAMI UI, MTsN Padang Panjang dan MI serta TK REY Din-Put Padang Panjang, tampek babagi sanang jo susah, tampek bacarito lamak jo bagalak-galak, tampek batanyo, tampek mangadu sanasib sapananguangan di nagari rantau urang;
11. Een (Administrasi Bisnis PNJ 2009), Raniw (FIK 2009) dan Anis (F.Psi 2009) yang telah membantu pengambilan data, memberikan senyuman dan semangat serta mahasiswa-mahasiswi program studi Administrasi Bisnis PNJ 2009 yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian;
12. Rekan-rekan seperjuangan FIK UI 2008 "PEDULI" yang saling memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini; dan
13. Kakak-kakak serta adik-adik di Fakultas Ilmu Keperawatan serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga segala kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT.

Dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Maka dari itu penulis mengharapkan beberapa kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan skripsi ini kedepannya. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Depok, 26 Juni 2012

Penulis

MUTHMAINNAH

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muthmainnah

NPM : 0806334142

Fakultas : Ilmu Keperawatan

Jenis karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada mahasiswa program studi Administrasi Bisnis PNJ 2009

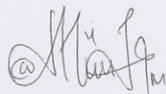
berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: DEPOK

Pada tanggal: 26 Juni 2012

Yang Menyatakan



(Muthmainnah)

vi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR SKEMA	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Ruang Lingkup	8
BAB 2 TINJAUAN TEORI	9
2.1 Minuman Ringan Berkarbonasi	9
2.2 Tahap Pertumbuhan dan Perkembangan Mahasiswa	14
2.3 Perilaku Konsumsi	15
2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Minuman Berkarbonasi	17
2.5 Dampak Minuman Ringan Berkarbonasi Bagi Kesehatan	22
2.6 Kerangka Teori	23
BAB 3 KERANGKA KERJA PENELITIAN	24
3.1 Kerangka Konsep	24
3.2 Definisi Operasional	26
BAB 4 METODOLOGI PENELITIAN	30
4.1 Desain Penelitian	30
4.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	30
4.3 Populasi dan Sampel Penelitian	30
4.4 Etika Penelitian	32
4.5 Alat Pengumpulan Data	32
4.6 Metode Pengumpulan Data	33
4.7 Pengolahan Data	34
4.8 Analisis Data Univariat (Analisis Deskriptif)	34
4.9 Jadwal Kegiatan	36

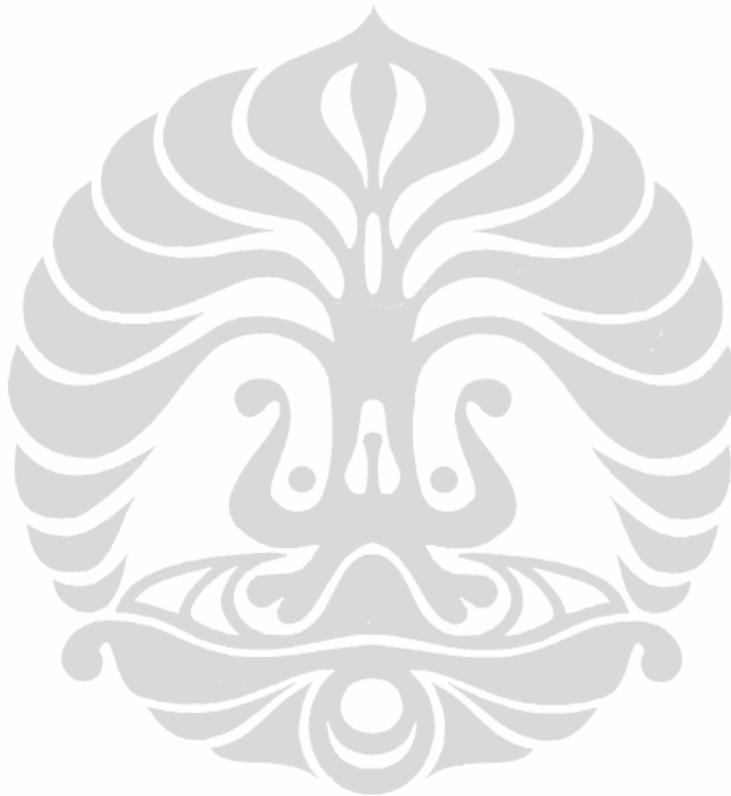
BAB 5 HASIL PENELITIAN	37
5.1 Gambaran Umum Kampus PNJ	37
5.2 Hasil Analisis Univariat	38
BAB 6 PEMBAHASAN	39
6.1 Gambaran Tingkat Konsumsi Minuman Ringan Berkarbonasi pada Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009.....	39
6.2 Pengetahuan Gizi Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009 tentang Minuman Ringan Berkarbonasi	41
6.3 Preferensi Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009 terhadap Minuman Ringan Berkarbonasi	41
6.4 Pengaruh Teman Sebaya terhadap Konsumsi Minuman Ringan Berkarbonasi pada Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009	42
6.5 Pengaruh Keluarga terhadap Konsumsi Minuman Ringan Berkarbonasi pada Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009	44
6.6 Pengaruh Media Massa terhadap Konsumsi Minuman Ringan Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009	44
6.7 Tingkatan Uang Saku Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009	46
6.8 Keterbatasan Penelitian	47
BAB 7 KESIMPULAN DAN SARAN	48
5.1 Kesimpulan	48
5.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	50

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional	26
Tabel 4.1	Jadwal Kegiatan Penelitian.....	36
Tabel 5.1	Karakteristik Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009 Bulan April 2012	38
Tabel 5.2	Tingkat Konsumsi Minuman Ringan Berkarbonasi Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009 Bulan April 2012	39
Tabel 5.3	Jenis Minuman Ringan Berkarbonasi yang Dikonsumsi Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009 Bulan April 2012	39
Tabel 5.4	Waktu Mengonsumsi Minuman Ringan Berkarbonasi Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009 Bulan April 2012	40
Tabel 5.5	Tempat Membeli Minuman Ringan Berkarbonasi Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009 Bulan April 2012	41
Tabel 5.6	Ketersediaan Minuman Ringan Berkarbonasi di Rumah Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009 Bulan April 2012	41
Tabel 5.7	Pertimbangan Membeli Minuman Ringan Berkarbonasi Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009 Bulan April 2012	42
Tabel 5.8	Pengetahuan Gizi tentang Minuman Ringan Berkarbonasi Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009 Bulan April 2012	42
Tabel 5.9	Preferensi terhadap Minuman Ringan Berkarbonasi Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009 Bulan April 2012	43
Tabel 5.10	Pengaruh Teman Sebaya terhadap Konsumsi Minuman Ringan Berkarbonasi Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009 Bulan April 2012	43
Tabel 5.11	Pengaruh Keluarga terhadap Konsumsi Minuman Ringan Berkarbonasi Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009 Bulan April 2012	43
Tabel 5.12	Pengaruh Media Massa terhadap Konsumsi Minuman Ringan Berkarbonasi Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009 Bulan April 2012	44
Tabel 5.13	Tingkatan Uang Saku Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009 Bulan April 2012	44

DAFTAR SKEMA

Skema 2.1 Hubungan antara variabel stimulus, intervening dan respon	16
Skema 2.2 Kerangka Teori	23
Skema 3.1 Kerangka Konsep	25



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Permohonan menjadi calon responden
- Lampiran 2 Lembar Persetujuan menjadi responden
- Lampiran 3 Kuesioner Penelitian



ABSTRAK

Nama : Muthmainnah

Program Studi : Ilmu Keperawatan

Judul : Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada mahasiswa program studi Administrasi Bisnis PNJ 2009

Konsumsi minuman berkarbonasi di dunia tahun 2007 menunjukkan angka 552 miliar liter atau 82.5 liter per orang. Remaja di Indonesia mengonsumsi minuman berkarbonasi rata-rata 2 botol/kaleng seminggu. Tingginya perilaku remaja mengonsumsi minuman berkarbonasi disebabkan oleh faktor internal dan eksternal. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain *cross sectional*, mengambil sejumlah 96 orang mahasiswa menjadi responden. Tujuan penelitian ini adalah teridentifikasinya faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada mahasiswa Administrasi Bisnis PNJ 2009. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 46.9% responden mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi tingkat tinggi. Pengetahuan gizi, preferensi, teman sebaya, keluarga memiliki peran dalam konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada mahasiswa.

Kata Kunci: minuman berkarbonasi, mahasiswa, pengetahuan gizi, preferensi, teman sebaya, keluarga

ABSTRACT

Name : Muthmainnah

Study program: Nursing

Title : Factors affect carbonated beverage consumption in student of
Business Administration Study Program PNJ 2009

Consumption carbonated beverage in the world 2007 was 552 billion liters or 82.5 liters per person. Indonesian adolescent consumed beverage of carbonated was about 2 bottles/canes per week. The high consumption of carbonated beverage in adolescent was caused by internal and external factors. This study was a quantitative study with cross sectional design, used 96 students as respondents. The aim of the study was to identify factors influenced consumption carbonated beverage in student of Administration Business Polytechnic of District Jakarta 2009. The result showed that 46.9 respondent who often consume carbonated beverage in large amount. Nutrition knowledge, preference, friend and family had a strong relation with student's carbonated beverage consumption.

Keywords: carbonated beverage, student, nutrition knowledge, preference, friend, family

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk hidup memiliki kebutuhan dasar yang harus dipenuhi untuk bertahan hidup. Kebutuhan dasar manusia di antaranya air, makanan, keamanan dan cinta. Kebutuhan dasar tersebut membentuk seperti tingkatan-tingkatan piramida yang dikenal dengan hirarki Maslow. Hirarki Maslow merupakan piramida kebutuhan manusia dari yang paling dibutuhkan, penting, prioritas utama dan mudah didapat sampai ke hal yang tidak dibutuhkan, tidak penting dan susah didapat. Lima kebutuhan dasar itu, yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan dan keselamatan, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan serta kebutuhan aktualisasi diri (Potter & Perry, 2005).

Manusia yang sehat rata-rata membutuhkan air 2,5 liter/hari untuk melakukan proses metabolisme di dalam tubuh. Seseorang yang mengalami peningkatan suhu badan membutuhkan air lebih dari 2,5 liter/hari (Irawan, 2007). Setiap peningkatan suhu badan 1°C terjadi peningkatan kebutuhan cairan sebesar 12% dari kebutuhan biasa. Orang yang berada pada kondisi normal, sehat dan suhu lingkungan stabil tidak menemukan air di saat keadaan darurat bisa bertahan hidup selama 3 hari (Sudirman, 2008).

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi mempengaruhi gaya hidup masyarakat terutama remaja untuk memenuhi kebutuhan air di dalam tubuh. Media massa sangat mudah mempengaruhi cara berpikir dan *style* para remaja. Remaja di abad 20 mengonsumsi minuman seperti air putih, teh dan susu. Namun, remaja di abad 21 sekarang sudah banyak mengonsumsi minuman ringan (Wahyuningsih, 2011).

Secara umum, minuman terbagi dua: minuman alami, yaitu minuman yang tidak terkontaminasi bahan kimia, contoh: air putih. Minuman buatan, yaitu minuman yang terkontaminasi oleh bahan kimia, contoh: minuman ringan. Minuman

Universitas Indonesia

buatan terdiri dari 2 macam: minuman ringan berkarbonasi, yaitu minuman yang mengandung karbondioksida, dikenal dengan *soft drink*, contoh: minuman berkarbonasi rasa kola, minuman berkarbonasi rasa stroberi, minuman berkarbonasi rasa lemon dan teh dengan soda. Minuman ringan tidak berkarbonasi, yaitu minuman ringan yang tidak mengandung karbondioksida, contoh: minuman isotonik, minuman teh hijau dan minuman ion. (Vijayakumar, 2005).

Minuman ringan berkarbonasi memiliki dampak negatif, baik langsung maupun tidak langsung. Dampak langsung mengonsumsi *soft drink*, yaitu: menyebabkan terjadinya sendawa, mengakibatkan volume lambung lebih cepat penuh dan membuat perut gembung, penuh, kemuakan serta nyeri lambung dibandingkan dengan air mineral dan minuman tanpa karbondioksida (Cuomo, et al., 2011). Dampak tidak langsung mengonsumsi *soft drink* menurut Ludwig et al., (2001); Bray et al., (2004); Schulze et al., (2004) *soft drink* dapat menyebabkan berat badan yang bertambah dan risiko obesitas sehingga berpotensi menimbulkan penyakit seperti diabetes mellitus tipe 2, kanker, serangan jantung dan stroke (Harper, James, Flint & Astrup, 2007 p. 579).

Salah satu dampak tidak langsung dari mengonsumsi *soft drink* adalah obesitas. Obesitas pada anak-anak merupakan salah satu masalah kesehatan yang serius. Jika pada masa kanak-kanak mengalami obesitas maka kemungkinan besar pada saat dewasa juga mengalami obesitas. Angka obesitas pada anak-anak dan dewasa di Amerika Serikat meningkat selama 30 tahun terakhir. Anak-anak laki-laki yang berumur 6-11 tahun di Amerika Serikat mengalami obesitas sekitar 35,5%, sementara di Meksiko sekitar 44% mengalami obesitas atau *overweight* dan anak-anak perempuan keturunan afrika yang tinggal di Amerika sekitar 38,9% (Harper, James, Flint & Astrup, 2007).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumsi minuman ringan berkarbonasi juga memiliki efek buruk. Pertama, penelitian oleh Williams, Ayejuyo dan Ogunyale (2008) di Nigeria meneliti kandungan logam pada

Universitas Indonesia

minuman ringan berkarbonasi dalam kemasan kaleng dan botol, terdapat logam Zn (0,08-6,8 ppm) dalam kemasan kaleng sedangkan pada kemasan botol terdapat logam Cu (0,08-0,33 ppm) dan Fe (0,21-0,67 ppm). Kelebihan kandungan zat seng (Zn) yang terdapat pada kaleng *soft drink* dapat menyebabkan keracunan bagi konsumen. Sedangkan zat besi (Fe) berlebih yang terdapat di botol *soft drink* dapat menyebabkan muntah, diare, denyut jantung meningkat, sakit kepala, mengigau serta pingsan dan kandungan zat tembaga (Cu) yang berlebih di botol *soft drink* juga dapat menyebabkan penumpukan tembaga di dalam hati, lama kelamaan menjadi nekrosis hati atau sirosis hati (Almatsier, 2004).

Kedua, penelitian oleh Harper, James, Flint dan Astrup (2007) di Inggris meneliti 20 mahasiswa laki-laki berumur 18-22 tahun tentang perilaku konsumsi minuman ringan berkarbonasi, terdapat angka lebih rendah pada minuman berkarbonasi ($P= 0,004$) dibandingkan dengan susu ($P=0,01$). Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa rasa puas lebih ada ketika mengonsumsi susu dibandingkan minuman ringan berkarbonasi yang dapat meningkatkan rasa lapar. Ketiga, penelitian oleh Suragimath, Krishnaprasad, Moogla, Sridhara dan Raju (2009) di India terhadap 20 tikus betina selama 3 bulan yang memiliki berat badan 350-400 gram. Tikus-tikus yang mengonsumsi minuman karbonasi lebih lama penyembuhan luka langit-langit di area mulut dibandingkan tikus yang tidak mengonsumsi minuman karbonasi.

Penelitian oleh Buemann, Toubro, dan Astrup (2002) di Denmark pada 22 laki-laki yang berusia 20-33 tahun, hasil dari penelitian menunjukkan energi yang masuk ke tubuh mereka bertambah dibandingkan tidak mengonsumsi *soft drink* sekitar 432,5-570,9 kJ atau 105-160 kkal ukuran kaleng 250-330 ml. Selain itu, mereka mengeluhkan rasa yang tidak nyaman pada lambung akibat gelembung yang dihasilkan oleh CO₂ pada *soft drink*. Konsumsi gula berlebihan yang terkandung di dalam minuman ringan berkarbonasi dapat meningkatkan risiko obesitas lebih tinggi, menurunkan level kalsium dalam darah dan meningkatkan pengeluaran urin yang mengandung kalsium. Hal tersebut menyebabkan

Universitas Indonesia

seseorang sangat mudah terkena osteoporosis pada 20-30 tahun yang akan datang (Mahmood et al., 2008).

Selain itu, ada penelitian tentang hubungan risiko terkena penyakit diabetes dengan konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada wanita dewasa, hasilnya wanita yang mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi lebih berisiko terkena diabetes dibandingkan dengan wanita yang tidak mengonsumsi minuman tersebut. Sebuah lembaga berbasis sekolah dibangun di Inggris untuk fokus mengurangi konsumsi minuman-minuman ringan berkarbonasi dalam rangka pencegahan obesitas lebih lanjut (James & Kerr, 2005).

PT. X dan PT. Y merupakan perusahaan minuman berkarbonasi terbesar di dunia yang hampir 70% menguasai pasar global. PT. X menjual 400 jenis minuman sedangkan PT. Y menjual 18 jenis minuman lebih dari 200 negara di dunia. Perusahaan-perusahaan minuman ringan berkarbonasi mulai dari tahun 2008 lebih giat menggencarkan produk minuman ringan "healthy". Strategi pemasaran perusahaan tersebut menciptakan berbagai macam variasi baru, seperti *soft drink* rendah kalori, tidak berkalori dan rendah gula sehingga menarik perhatian konsumen (Thomas, 2010).

Perusahaan *soft drinks* X (2006) mengadakan penelitian terhadap jumlah konsumsi minuman ringan berkarbonasi di dunia. Hasil yang diperoleh adalah peningkatan konsumsi daripada tahun sebelumnya, pada negara di Amerika Latin 7%, sementara negara di Asia Utara, Asia Tengah dan Eurasia naik menjadi 11%, di Cina 15%, di Afrika 4%. Hasil survei perusahaan *soft drink* Y (2006) juga memperlihatkan kenaikan konsumsi minuman ringan sebesar 9% di negara Timur Tengah, Cina, Argentina, Rusia dan Venezuela, di negara Eropa dan Afrika sebesar 11%, di Asia Pasifik sebesar 9% dan Amerika Latin sebesar 7% (GDSDC, 2007).

Tahun 2007 konsumsi minuman ringan berkarbonasi di dunia menunjukkan angka 552 miliar liter atau 82.5 liter/orang dalam setahun (*Zenith Internasional*

Universitas Indonesia

Report, 2008). Angka ini mengalami peningkatan 4,7% dibandingkan dengan tahun 2005 yaitu 498 miliar liter atau 77 liter/orang dalam setahun (*Zenith Internasional Report*, 2008).

Data dunia tahun 2003 menurut GDSDC (*Global Dump Soft Drinks Campaign*) menunjukkan bahwa target pemasaran dari produsen penghasil *softdrink* dari negara Amerika Serikat dan sebagian negara Eropa adalah negara berkembang seperti negara-negara Asia, Afrika termasuk Indonesia. Hasil survei *Spire Research and Consulting* dan majalah marketing tahun 2008 memperlihatkan remaja di Indonesia mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi rata-rata 2 botol/kaleng seminggu (Skriptiana, 2009, hal. 3)

Secara umum, target pemasaran dari produsen minuman ringan berkarbonasi adalah remaja, karena remaja merupakan masa transisi dari anak-anak menjadi dewasa dimana segala bentuk gaya dan *trend* mode masa kini diikuti tanpa berpikiran dampak negatif dari tindakan tersebut (Thomas, 2010). Konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada remaja dapat dipengaruhi oleh 2 faktor, yaitu: faktor internal: faktor yang berasal dari dalam diri individu dan faktor eksternal: faktor yang berasal dari luar yang mempengaruhi individu (Notoatmodjo, 2007)

Penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa remaja dan dewasa setiap hari mengonsumsi minuman bergula salah satunya yaitu *softdrink*, penelitian ini menunjukkan asupan energi dari minuman berkalori tinggi pada orang dewasa di Indonesia 450 kalori per hari, sedangkan remaja 420 kalori per hari. Angka ini hampir sama dengan Amerika Serikat, negara paling tinggi mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi sekitar 465 kalori sedangkan yang dibutuhkan oleh tubuh rata-rata 1.800 – 2.800 kalori per hari.

Bila minuman manis yang dikonsumsi remaja dan dewasa mencapai 420 – 450 kalori per hari, artinya lebih dari 20 persen kebutuhan kalori berasal dari minuman manis (belum termasuk makanan yang mengandung kalori),

Universitas Indonesia

menurut acuan WHO, 10% dari total kalori yang dibutuhkan oleh tubuh sehari-hari (Hardinsyah, 2011).

Sejauh ini penelitian tentang tingginya tingkat konsumsi minuman ringan di Indonesia masih sedikit, sehingga peneliti tertarik untuk membahas faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi minuman ringan berkarbonasi. Alasan pemilihan mahasiswa program studi administrasi bisnis 2009 PNJ sebagai tempat penelitian adalah karena belum ada penelitian terkait konsumsi minuman ringan berkarbonasi, padahal terdapat ketersediaan minuman ringan berkarbonasi di kampus PNJ dan mahasiswa program studi administrasi bisnis 2009 PNJ juga sering mengadakan kegiatan-kegiatan dan berbagai acara di kampus dan perusahaan minuman ringan berkarbonasi menjadi salah satu sponsor dari acara tersebut. Perusahaan tersebut biasanya memberikan minuman ringan berkarbonasi secara gratis kepada mahasiswa yang menjadi panitia dan peserta di dalam sebuah acara kampus.

1.2 Rumusan Masalah

Prevalensi konsumsi minuman ringan berkarbonasi terus meningkat. Berbagai studi tentang gambaran konsumsi minuman ringan dan faktor-faktor yang berhubungan dengan konsumsi minuman ringan pada anak sekolah telah dilakukan. Penelitian untuk meneliti gambaran konsumsi minuman ringan pada mahasiswa program studi administrasi bisnis 2009 PNJ belum ada, padahal terdapat ketersediaan penjualan minuman ringan di kampus PNJ. Berdasarkan latar belakang yang sebelumnya dijelaskan, peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti yaitu “Bagaimana mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada mahasiswa regular program studi administrasi bisnis PNJ 2009?”.

Universitas Indonesia

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Teridentifikasinya faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada mahasiswa program studi administrasi bisnis PNJ 2009.

1.3.2 Tujuan Khusus

1.3.2.1 Teridentifikasi konsumsi minuman ringan pada mahasiswa program studi administrasi bisnis PNJ 2009.

1.3.2.2 Teridentifikasi faktor internal yang mempengaruhi konsumsi minuman ringan pada mahasiswa program studi administrasi bisnis PNJ 2009.

1.3.2.3 Teridentifikasi faktor eksternal yang mempengaruhi konsumsi minuman ringan pada mahasiswa program studi administrasi bisnis PNJ 2009.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber untuk penelitian lebih lanjut mengenai gambaran faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada mahasiswa program studi administrasi bisnis PNJ 2009.

1.4.2 Bagi PNJ

Sebagai data dan informasi bagi PNJ mengenai gambaran konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada mahasiswa program studi administrasi bisnis 2009 PNJ. Informasi dalam penelitian ini dapat digunakan untuk memberikan edukasi kesehatan kepada mahasiswa dan *civitas academica* PNJ tentang dampak mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi.

Universitas Indonesia

1.4.3 Bagi FIK UI

Sebagai bahan pertimbangan untuk mengadakan acara atau seminar tentang gizi dan dampak konsumsi minuman ringan berkarbonasi kepada mahasiswa.

1.4.4 Bagi Masyarakat

Sebagai informasi bagi para pembaca untuk meningkatkan kesadaran tentang gambaran konsumsi minuman ringan berkarbonasi dan dampak konsumsi minuman ringan berkarbonasi yang berlebihan.

1.5 Ruang Lingkup

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer untuk melihat gambaran konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada mahasiswa program studi administrasi bisnis PNJ 2009. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April 2012. Penelitian yang spesifik membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada mahasiswa program studi administrasi bisnis PNJ 2009 belum ada. Penelitian ini menggunakan data primer meliputi data identitas diri, kuesioner tentang konsumsi minuman ringan berkarbonasi, pengetahuan gizi, uang saku, preferensi, pengaruh teman sebaya, keluarga dan media massa.

BAB 2 TINJAUAN TEORI

Bab ini memberikan sebuah gambaran tentang minuman ringan berkarbonasi, perilaku konsumsi, faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi minuman ringan berkarbonasi dan tahapan tumbuh kembang mahasiswa. Bab ini juga didukung oleh tinjauan literatur yang berhubungan dengan objek skripsi ini yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada mahasiswa program studi Administrasi Bisnis PNJ 2009.

2.1 Minuman Ringan Berkarbonasi

Minuman ringan berkarbonasi atau dikenal dengan istilah *soft drink* banyak ditemukan di berbagai negara saat ini, termasuk di Indonesia. Masyarakat sangat mudah menemukan dan mendapatkan *soft drinks*. Minuman ini dijual secara bebas di pasaran, mulai dari warung kecil, *mini market*, *mall*, tempat pusat perbelanjaan dan restoran. Minuman ini memiliki banyak cita rasa mulai dari rasa anggur, strawberi, lemon, karamel dan warna yang mencolok serta menarik perhatian sehingga membuat masyarakat ingin mengonsumsi minuman tersebut.

Minuman ringan berkarbonasi pertama kali ditemukan oleh Dr. Joseph Priestley pada tahun 1767. Dokter ini terinspirasi dari air mineral, dia menemukan teknik pemecahan gas karbondioksida di air secara cepat dan hasilnya segelas minuman berkarbonasi yang bisa diminum. 3 tahun kemudian ahli kimia yang berkebangsaan Swedia, Torbern Bergman menciptakan sebuah proses pengolahan minuman ringan berkarbonasi dari kapur yang mengandung asam sulfur. Penemuan Bergman ini yang menjadi cikal bakal terciptanya minuman ringan berkarbonasi dalam jumlah yang besar (Fantuzzi, 2008).

Minuman ringan berkarbonasi dijual secara bebas untuk pertama kali di Amerika Serikat pada tahun 1810. Permintaan konsumen yang semakin meningkat sehingga membuat seorang ahli farmasi yang bernama Doktor John Pemberton membuat minuman ringan berkarbonasi rasa kola. Asa Candler tertarik dan membeli hak paten *soft drink* rasa kola tersebut serta mendirikan perusahaan minuman karbonasi pada tahun 1890an. Hal ini yang menjadi cikal bakal sebuah perusahaan *soft drink* terkenal memimpin pasar minuman ringan berkarbonasi di dunia karena strategi pemasaran yang bagus sehingga 400 jenis minuman bisa terjual di lebih dari 200 negara di dunia sampai sekarang. (Fantuzzi, 2008).

Definisi minuman ringan berkarbonasi menurut Freitag dan Oktaviani (2010) adalah minuman yang dihasilkan melalui penambahan gas-gas karbondioksida ke dalam minuman sehingga minuman tersebut memiliki gelembung-gelembung yang memberikan kesegaran dan efek kepuasan saat minum serta melepas dahaga ketika haus. Minuman yang tergolong minuman ringan berkarbonasi yaitu minuman rasa kola, minuman rasa lemon berkarbonasi, minuman rasa stroberi berkarbonasi dan teh dengan soda.

Minuman ringan berkarbonasi menimbulkan efek ketagihan dan kecanduan untuk minum lagi setelah tegukan pertama. Hal ini disebabkan karena minuman tersebut mengandung kadar gula yang tinggi sehingga membuat kenyamanan dan kebahagiaan setelah meminumnya. Sistem tubuh manusia memberikan respon dengan pengeluaran hormon serotonin. Hormon tersebut adalah hormon yang bekerja untuk meningkatkan suasana hati ketika bahagia. Pelepasan serotonin menyebabkan seseorang berkeinginan lagi untuk mengonsumsi minuman tersebut (Wahyuningsih, 2011).

2.1.1 Kandungan Zat dalam Minuman Ringan Berkarbonasi

Kandungan zat yang terdapat dalam minuman ringan berkarbonasi, di antaranya :

2.1.1.1 Air

Air merupakan bahan utama yang sangat dibutuhkan dalam mengolah minuman ringan berkarbonasi. Kandungan air yang terdapat dalam minuman sekitar 90%. Perusahaan-perusahaan minuman ringan berkarbonasi menyeleksi air secara ketat agar hasil minuman berkualitas baik (Nur' Afni, 2009).

2.1.1.2 Bahan Pemanis (*Sweetener*)

Bahan pemanis yang digunakan dalam pengolahan minuman ringan berkarbonasi terdiri dari bahan alami dan bahan buatan. Bahan pemanis alami yang dicampurkan ke dalam minuman ringan berkarbonasi, yaitu gula pasir, gula cair dan sirup jagung. Bahan pemanis buatan yang biasa dimasukkan ke dalam minuman ringan berkarbonasi, yaitu aspartam dan *acesulfame* . Kadar aspartam yang terdapat di soft drink kaleng berukuran sedang (250-330 ml) sekitar 40 mg/ 100 ml, sama dengan kadar *acesulfame* sekitar 40 mg/100 ml (Cuomo et al., 2011). Perusahaan minuman ringan berkarbonasi lebih cenderung memilih bahan pemanis buatan dibandingkan bahan pemanis alami karena harga relatif lebih murah (Perretta, 2010).

2.1.1.3 Bahan Pewarna

Bahan pewarna merupakan bahan yang dijadikan daya tarik oleh perusahaan minuman ringan berkarbonasi untuk konsumen. Bahan pewarna terdiri dari 2 jenis, yaitu bahan pewarna alami dan bahan pewarna sintetik. Bahan pewarna alami adalah bahan pewarna yang berasal dari sayur-sayur dan buah-buahan. Jenis bahan pewarna alami ada 3, yaitu karotenoid (warna zat ini dari kuning-*orange*),

Universitas Indonesia

antosianin (merah terang-ungu) dan karamel (zat warna coklat yang dihasilkan dari karamelisasi sukrosa). Bahan pewarna sintetis yaitu bahan pewarna yang dihasilkan dari proses kimiawi di pabrik. Menurut *Food and Drug Administration* (FDA), bahan pewarna minuman yang boleh dipergunakan merupakan bahan yang sudah disertifikasi (aman bagi konsumen dan termasuk ke dalam kategori FD & C color (Nuraini, 2007).

2.1.1.4 Bahan Pengawet

Bahan pengawet pada minuman ringan berkarbonasi digunakan untuk mencegah pembusukan minuman. Caranya dengan menghentikan dan membunuh aktifitas bakteri pembusuk berkembang biak dalam makanan. Selain itu, bahan pengawet juga digunakan untuk mencegah terjadinya perubahan kimia pada minuman. Caranya dengan mencegah perubahan warna, bau dan rasa minuman sehingga minuman masih dapat dikonsumsi dalam jangka waktu yang lama. Bahan pengawet yang digunakan untuk minuman ringan seperti sulfur dioksida, potassium sorbet, dimetil dikarbonat, dan sodium benzoat.

2.1.1.5 Bahan Pemberi Asam (*Acidity*)

Bahan pemberi asam ditambahkan ke dalam minuman ringan berkarbonasi dengan tujuan menghambat pertumbuhan mikroorganisme dan memodifikasi bahan pemanis sehingga rasa yang ditimbulkan tidak membosankan. Bahan asam yang digunakan dalam minuman ringan berkarbonasi antara lain asam sitrat, trisodium sitrat, asam posfat, asam laktat dan asam fofarat. Kadar asam sitrat yang terdapat di dalam *softdrink* kaleng berukuran 250-330 ml sekitar 230 mg/ 100 ml sedangkan kadar trisodium sitrat sekitar 10 mg/ 100 ml (Cuomo et al., 2011).

Universitas Indonesia

2.1.1.6 Karbondioksida

Karbondioksida merupakan gas yang tidak berbau, tidak berwarna, tidak berasa dan tidak beracun. Karbondioksida biasa digunakan pada minuman ringan berkarbonasi untuk menciptakan rasa yang khas pada lidah dan buih ketika meminumnya. Zat ini juga berfungsi untuk mengawetkan minuman bersoda. Kadar konsentrasi karbondioksida pada minuman ringan berkarbonasi ukuran sedang 250-330 ml sekitar 3,7 setara dengan 1125 ml (Cuomo et al., 2011).

2.1.1.7 Bahan Pemberi Aroma (*Flavor*)

Bahan pemberi aroma digunakan untuk memberikan pilihan rasa yang lain bagi konsumen agar tidak mudah bosan untuk mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi. Bahan ini yang menciptakan berbagai rasa pada minuman sehingga banyak alternatif untuk memilih minuman sesuai dengan kesukaan. Bahan ini disediakan oleh perusahaan minuman dalam bentuk ekstrak alkoholik (rasa anggur, lemon), larutan alkoholik (*strawberry*), emulsi (*vegetable gum* biasanya buat kola), aroma lemon dan jeruk (*lime*). Kadar *flavor* pada minuman ringan berkarbonasi ukuran sedang (250-330 ml) sekitar 100 mg/100 ml (Cuomo et al., 2011).

2.1.1.8 Kafein

Kafein merupakan salah satu alternatif bahan yang digunakan oleh perusahaan minuman ringan berkarbonasi untuk mengolah *softdrink*. Tidak semua minuman bersoda mengandung kafein karena ternyata banyak konsumen yang membencinya. Jumlah kafein yang digunakan dalam minuman ringan sekitar 30 mg kafein per 9 ons dalam sekaleng botol minuman.

2.2 Tahap Pertumbuhan dan Perkembangan Mahasiswa

Mahasiswa program studi administrasi bisnis 2009 PNJ berada di usia rata-rata 20-23 tahun yang tergolong ke dalam tahap pertumbuhan dan perkembangan masa remaja akhir dan dewasa awal.

2.2.1 Remaja Akhir

Remaja akhir mengalami pertumbuhan dan perkembangan baik dari segi fisik maupun psikososial. Pertumbuhan fisik pada remaja akhir sudah berkembang dengan matang sehingga remaja sudah merasa nyaman dengan perubahan fisik. Ada beberapa pertumbuhan psikososial pada remaja akhir, yaitu peran sosial dilaksanakan dengan baik, kebebasan hampir dicapai, kelompok teman sebaya tidak lagi dianggap penting dalam hubungan individu, membangun hubungan antara pria dan wanita yang serius dan stabil ditandai dengan kencan sebagai pasangan pria dan wanita, sikap memberi dan berbagi kepada semua orang serta remaja akhir lebih bisa menahan emosi dan marah (Wong, 2006).

Remaja sebagai makhluk sosial juga memiliki hasrat untuk bersosialisasi dengan orang lain. Salah satu cara remaja bersosialisasi dengan masyarakat, yaitu dengan jual beli. Ciri-ciri pembeli remaja : Remaja amat mudah terpengaruh oleh rayuan penjual, mudah terbujuk rayuan iklan (terutama pada bungkus dan warna yang menarik), tidak berpikir hemat, kurang realistis, romantis dan mudah terbujuk/impulsif, lebih tertarik pada gejala mode (Mangkunegara, 2005).

2.2.2 Dewasa awal

Masa dewasa awal merupakan periode antara remaja akhir dan dewasa pertengahan sampai akhir umur 39 tahun (Edelman dan Mandle, 1994

Universitas Indonesia

dalam Potter dan Perry, 2005). Masa dewasa awal membuat individu semakin banyak mendapatkan tantangan karena individu semakin terpisah dari keluarga asal mereka. Orang dewasa tahap awal mulai membangun karir dan semakin aktif untuk mencari berbagai pengalaman yang baru.

Teori masa dewasa awal oleh Levinson, isi teori ini berhubungan dengan tugas perkembangan berkaitan dengan fase-fase dewasa awal (Levinson et al, 1978 dalam Potter dan Perry, 2005) yaitu awal transisi dewasa (usia 18-20), ketika seseorang berpisah dari keluarga dan merasakan kebebasan dan dunia kedewasaan (usia 21-27), ketika seseorang menyiapkan dan mencoba karir dan gaya hidup.

Teori lain tentang perkembangan dewasa muda oleh Diekelmann, (1976) dalam Potter dan Perry, (2005), yaitu mereka mendapat kebebasan dari pengawasan orang tua, mereka mulai mengembangkan persahabatan akrab dan hubungan yang intim di luar keluarga, mereka membentuk seperangkat nilai pribadi, mereka mengembangkan rasa identitas pribadi dan mereka mempersiapkan untuk kehidupan kerja dan mengembangkan kapasitas keintiman.

2.3 Perilaku Konsumsi

Perilaku konsumen menurut David L. Loudon dan Albert J. Della Bitta (1984) dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam proses mengevaluasi, memperoleh menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa (Mangkunegara, 2005, p. 3).

Ada tiga variabel dalam mempelajari perilaku konsumen menurut David L. Loudon dan Albert J. Della Bitta (1984) dalam Mangkunegara (2005), yaitu:

Universitas Indonesia

2.3.1 Variabel Stimulus

Variabel stimulus merupakan variabel yang berada di luar diri individu atau faktor eksternal yang sangat berpengaruh dalam proses pembelian. Contohnya: media massa yang memuat iklan minuman ringan berkarbonasi.

2.3.2 Variabel Respon

Variabel respon merupakan hasil aktivitas individu sebagai reaksi dari variabel stimulus. Variabel respon sangat bergantung pada faktor individu dan kekuatan stimulus. Contohnya : keputusan untuk membeli *soft drink*.

2.3.3 Variabel Intervening

Variabel intervening adalah variabel antara stimulus dan respon. Variabel ini merupakan faktor internal individu, termasuk motif-motif membeli dan persepsi terhadap suatu barang. Peranan variabel ini untuk memodifikasi respon. Contoh : pengetahuan gizi yang dimiliki oleh seseorang individu mempengaruhi keputusan untuk membeli minuman ringan berkarbonasi.

Skema 2.1 Hubungan Antara Variabel Stimulus, Intervening dan Respon



2.4 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Minuman Ringan pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis 2009 PNJ

2.4.1 Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor yang mempengaruhi konsumsi seseorang dan berasal dari dalam diri orang tersebut (Notoatmodjo, 2007). Ada tiga faktor internal yang mempengaruhi seseorang mengonsumsi minuman ringan karbonasi, yaitu

2.4.1.1 Pengetahuan Gizi

Pengetahuan merupakan aspek yang sangat penting untuk menciptakan perilaku dan tindakan seseorang. Menurut Rogers (1974) dalam buku Ilmu Kesehatan Masyarakat (Notoatmodjo, 2003), ada beberapa proses yang terjadi di dalam diri seseorang ketika mengadopsi perilaku, diantaranya *Awareness* yaitu seseorang mengetahui adanya stimulus (objek), contohnya produk baru “*soft drink blue*”, *interest* yaitu seseorang mulai tertarik terhadap stimulus (objek), contoh mulai mencoba untuk melihat produk, *evaluation* yaitu seseorang mempertimbangkan baik atau buruk stimulus, contoh *softdrink* tidak baik untuk kesehatan, *trial* yaitu seseorang mencoba melakukan sesuatu sesuai stimulu, contoh seseorang membeli teh dengan soda, *adoption* yaitu seseorang telah berperilaku baru sesuai dengan stimulus, kesadaran dan pengetahuan.

2.4.1.2 Preferensi terhadap Minuman Ringan

Preferensi merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi perilaku seseorang untuk membeli dan menggunakan suatu barang dan jasa. Seseorang yang dibesarkan semenjak usia dini dalam masyarakat mempelajari preferensi melalui sebuah proses sosialisasi. Proses sosialisasi ini

Universitas Indonesia

melibatkan keluarga, lembaga pendidikan dan masyarakat (Kotler, 1992).

2.4.1.3 Uang Saku

Keadaan ekonomi seseorang sangat mempengaruhi pilihan produk dan merek yang akan dibeli. Keadaan ekonomi seseorang terdiri dari uang saku yang bisa dibelanjakan (tingkat, stabilitas dan pola waktu), tabungan dan aset (termasuk berapa persen yang bisa dicairkan), hutang, kemampuan meminjam dan sikap terhadap pengeluaran dan tabungan (Kotler, Ang, Leong dan Tan, 2004).

Minuman ringan berkarbonasi merupakan barang primer yang bisa dijangkau oleh semua lapisan masyarakat sehingga tidak semua unsur keadaan ekonomi yang mempengaruhi seseorang untuk membeli *soft drink*. Uang saku merupakan faktor yang mempengaruhi remaja untuk memilih produk dan merek minuman ringan berkarbonasi yang akan dikonsumsi. (Kotler, Ang, Leong dan Tan, 2004).

2.4.2 Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor yang mempengaruhi konsumsi seseorang yang berasal dari luar diri orang tersebut (Notoatmodjo, 2007). Ada tiga faktor eksternal yang mempengaruhi seseorang mengonsumsi minuman ringan karbonasi, yaitu:

2.4.2.1 Teman Sebaya

Perilaku seseorang dalam membeli suatu barang dan jasa dipengaruhi oleh faktor sosial, yaitu kelompok referensi. Kelompok referensi merupakan semua kelompok yang

Universitas Indonesia

memberikan pengaruh langsung (dengan bertemu langsung) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap seseorang disebut kelompok keanggotaan (*membership group*). Teman sebaya merupakan kelompok primer yaitu bagian dari kelompok keanggotaan (Kotler, Ang, Leong dan Tan, 2004).

Teman sebaya dikategorikan ke dalam kelompok primer karena teman sebaya merupakan kelompok yang memiliki interaksi yang cukup berkesinambungan dengan remaja. Teman sebaya mempengaruhi remaja dengan 3 cara: memperlihatkan pada seseorang perilaku dan gaya hidup baru, memberi pengaruh dalam sikap dan konsep jati-diri dan menciptakan tekanan untuk menyesuaikan diri yang dapat mempengaruhi pilihan produk dan merek seseorang (Setiadi, 2008).

Teman sebaya mempunyai pengaruh yang bervariasi di antara produk dan merek. Teman sebaya hanya mempunyai pengaruh yang kuat terhadap pilihan barang seperti perkakas rumah tangga, busana, minuman, makanan dan rokok. Keputusan membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh teman-teman sebaya ketika pertama kali produk itu diperkenalkan (Kotler, 1992).

2.4.2.2 Keluarga

Keluarga merupakan unit masyarakat terkecil yang dibagi menjadi dua kelompok, yaitu keluarga inti dan keluarga besar. Keluarga inti adalah keluarga yang terdiri dari ayah, ibu dan anak, sedangkan keluarga besar adalah keluarga yang terdiri dari ayah, ibu, anak, kakek, nenek dan keturunannya. Perilaku keluarga

Universitas Indonesia

sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan membeli suatu barang (Mangkunegara, 2005).

Dalam menganalisis perilaku konsumsi seseorang terhadap suatu barang yang akan dibeli, faktor keluarga dapat berperan sebagai berikut: siapa pengambil inisiatif, yaitu siapa anggota keluarga yang mempunyai inisiatif membeli tetapi tidak melakukan proses pembelian; siapa pemberi pengaruh, yaitu siapa yang mempengaruhi keputusan membeli; siapa pengambil keputusan, yaitu siapa yang menentukan keputusan apa yang dibeli; siapa yang melakukan pembelian, yaitu siapa di antara keluarga yang akan melakukan proses pembelian dan pemakai, yaitu siapa yang akan menggunakan produk yang dibeli (Mangkunegara, 2005).

2.4.2.3 Media Massa

Media massa merupakan salah satu alat untuk menyampaikan suatu barang atau jasa kepada masyarakat. Ada beberapa media yang tersedia, yaitu: TV nasional, TV daerah, TV swasta, poster, badan bus, media taksi, koran nasional, koran daerah, majalah khusus, majalah perdagangan, bioskop, radio, kantor pos, media elektronik dan distribusi *door to door* (Brannan, 2005).

Ada beberapa teknik komunikasi yang umum digunakan oleh suatu perusahaan minuman ringan berkarbonasi, yaitu: iklan, *sponsorship*, desain kemasan dan promosi penjualan. Teknik komunikasi yang sering dilakukan oleh perusahaan minuman ringan berkarbonasi kepada para konsumen yaitu melalui iklan pada berbagai media massa (TV, poster, internet, surat kabar dan majalah). Sebuah penelitian menunjukkan rata-rata 1500 pesan

iklan bisa didengar dan dilihat oleh masyarakat setiap hari dan setiap tahun bisa 70.000 pesan iklan (Brannan, 2005).

Iklan dapat didefinisikan sebagai sebuah pengiriman pesan melalui suatu media yang bertujuan untuk mempengaruhi setiap lapisan atau anggota masyarakat. Iklan bisa menjadi sarana ampuh untuk membangun kesadaran calon konsumen untuk membeli suatu produk (Brannan, 2005).

Teknik komunikasi kedua, yaitu *sponsorship* yang juga sering digunakan oleh perusahaan minuman ringan berkarbonasi untuk memasarkan minuman. *Sponsorship* merupakan salah satu teknik komunikasi pasif yang bertujuan untuk memperkenalkan nama merek suatu barang melalui logo atau hasil produk. Sebuah perusahaan minuman ringan berkarbonasi yang sudah terkenal nama mereknya juga sering melakukan *sponsorship* pada suatu *event* atau acara di kampus PNJ (Brannan, 2005).

Teknik komunikasi ketiga, yaitu desain yang bisa dilihat dari produk minuman itu sendiri, identitas merek, kemasan dan atribut khusus yang diterapkan dalam kegiatan publikasi. Salah satu produk minuman ringan berkarbonasi rasa karamel dikenal lewat warna, berat, gaya dan bentuk. Dari bentuk botol tanpa melihat mereknya, hampir setiap orang dapat mengenali sebagai *softdrink* rasa kola (Brannan, 2005).

Teknik komunikasi keempat, yaitu promosi penjualan yang terdiri dari serangkaian teknik pemasaran yang dirancang untuk menambah nilai produk atau jasa sehingga tercapai tujuan penjualan dan pemasaran yang spesifik. Ada 5 kategori promosi

Universitas Indonesia

yang sering dilakukan oleh perusahaan minuman ringan berkarbonasi, yaitu: promosi harga dengan memberikan diskon harga atau diskon untuk pembelian selanjutnya, penawaran produk ekstra dengan penawaran khusus (bayar 3 dapat 5), penawaran premi dengan memberikan hadiah, promosi hadiah dengan undian dan promosi amal dengan memberikan barang atau produk secara gratis (Brannan, 2005).

2.5 Dampak Minuman Ringan Bagi Kesehatan

2.5.1 Kegemukan

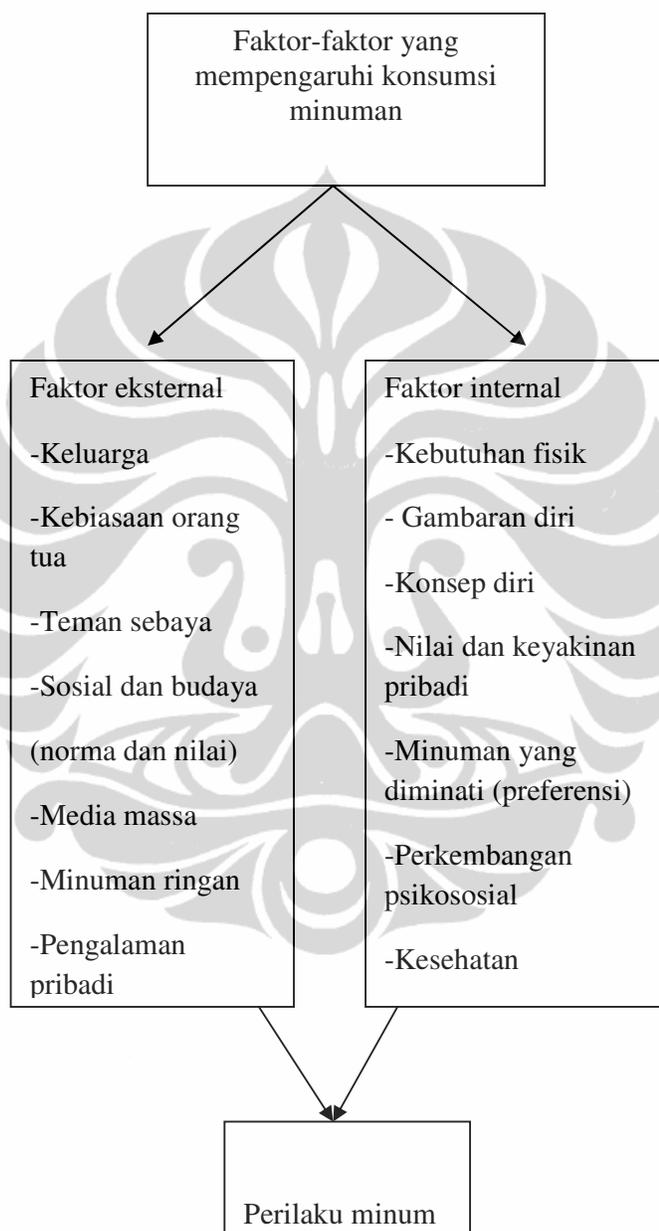
Penggunaan bahan pemanis yang berkalori dari tahun ke tahun meningkat di seluruh negara. Minuman yang memiliki bahan pemanis merupakan kontributor utama peningkatan konsumsi bahan pemanis di dunia, salah satunya *soft drink*. *Soft drink* menyebabkan bertambahnya jumlah konsumsi kalori per hari sehingga berat badan bertambah dan memicu timbulnya timbunan lemak. Rata-rata *soft drink* berukuran 250-330 ml mengandung 130-190 kkal.(Wahyuningsih, 2011).

2.5.2 Karies Gigi

Penelitian oleh Lim, S, et al (2008) tentang hubungan karies gigi dengan perilaku konsumsi *soft drink*, hasil penelitian ini menunjukkan 73% karies gigi muncul setelah anak-anak mengonsumsi *soft drink* dibandingkan dengan susu (16%) dan jus (11%). Karies gigi yang terdapat pada gigi anak-anak disebabkan karena konsumsi *soft drink* yang mengandung gula berlebihan.

2.6 Kerangka Teori

Skema 2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Minum



Sumber : Nutrition Throughout the Life Cycle (Brown, 2005)

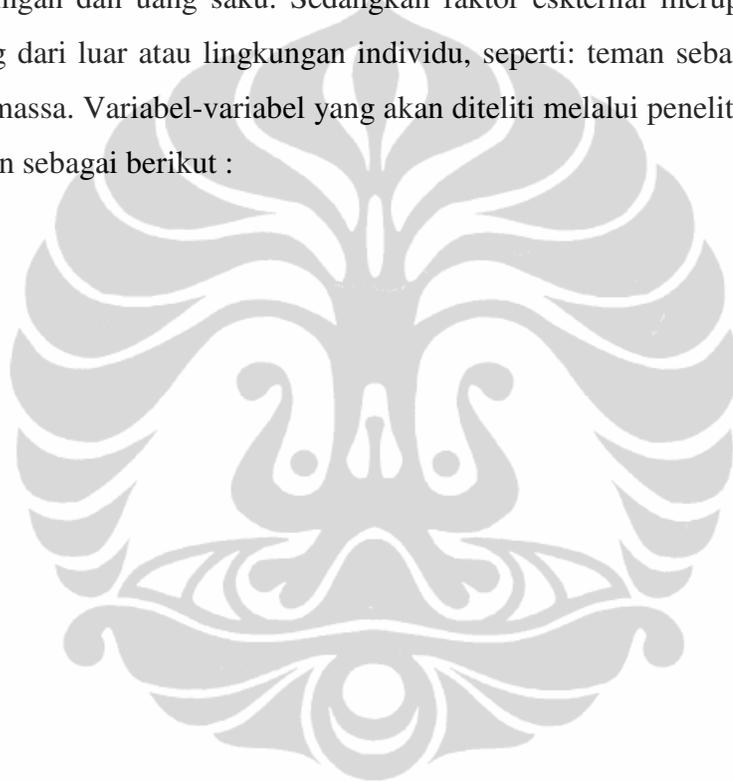
Universitas Indonesia

BAB 3

KERANGKA KERJA PENELITIAN

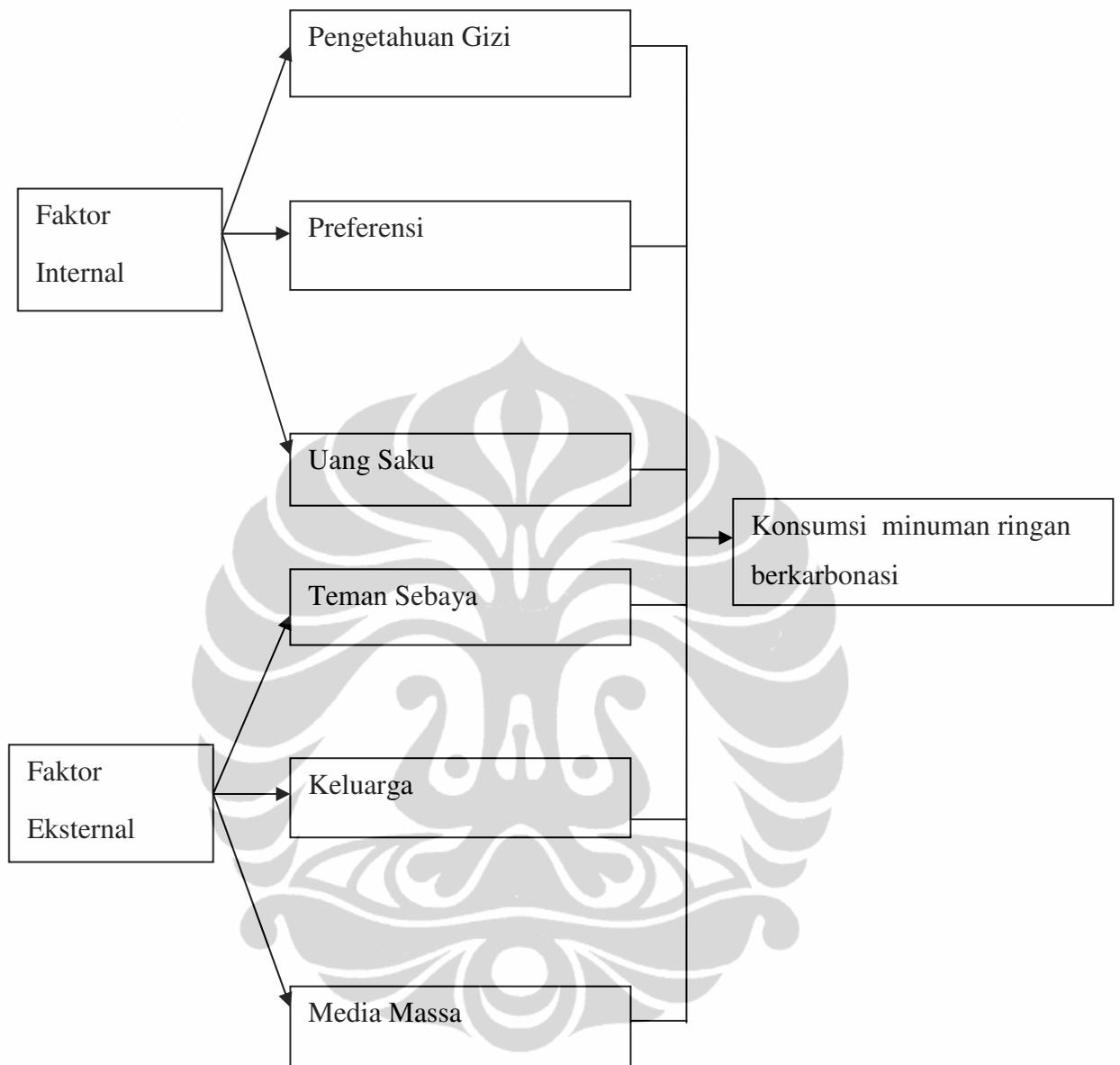
3.1 Kerangka Konsep

Penelitian ini bertujuan untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada mahasiswa program studi Administrasi Bisnis PNJ 2009. Penelitian ini meneliti banyak variabel. Variabel yang akan diteliti melalui penelitian ini adalah faktor internal, faktor eksternal dan gambaran konsumsi minuman ringan pada mahasiswa program studi Administrasi Bisnis PNJ 2009. Faktor internal merupakan faktor yang datang dari dalam atau pribadi individu, seperti: pengetahuan gizi, preferensi terhadap minuman ringan dan uang saku. Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang datang dari luar atau lingkungan individu, seperti: teman sebaya, keluarga dan media massa. Variabel-variabel yang akan diteliti melalui penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Universitas Indonesia

Skema 3.1 Kerangka konsep faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada mahasiswa program studi Administrasi Bisnis PNJ 2009 (Notoatmodjo , 2010).



Universitas Indonesia

3.2 Definisi Operasional

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi operasional	Cara ukur	Alat ukur	Hasil ukur	Skala ukur
Jenis Kelamin	Tanda biologis individu yang membedakan manusia berdasarkan kelompok	Pernyataan pada data demografi	Kuesioner	1. Perempuan 2. Laki-laki	Nominal
Konsumsi minuman ringan berkarbonasi	Banyaknya minuman ringan berkarbonasi yang diminum oleh responden per hari, per minggu, per bulan dan per tahun	Responden menjawab pertanyaan pilihan berganda pada kuesioner	Kuesioner (bagian A, no. 2)	1. Tinggi : 1- lebih dari 4 botol/kaleng ukuran sedang sehari dan 1- lebih dari 2 botol/kaleng ukuran sedang seminggu Ukuran botol sedang: 550 ml Ukuran kaleng sedang: 250-330 ml 2. Rendah : 1-3 kali sebulan dan tidak sama sekali (Bere et al, 2006)	Interval

Pengetahuan gizi mengenai minuman ringan berkarbonasi	Pemahaman responden tentang kandungan gizi dan pengaruh minuman ringan berkarbonasi terhadap tubuh	Responden menjawab pertanyaan dengan pilihan benar atau salah	Kuesioner (bagian B terdiri dari 10 pernyataan benar atau salah)	Nilai minimal=0 Nilai maksimal =10 Nilai diperoleh dari <i>cut of point</i> nilai mean, yaitu 1.Tinggi : apabila jawaban yang diperoleh \geq mean [8.24] 2.Rendah : apabila jawaban yang diperoleh $<$ mean [8.24]	Interval
Preferensi terhadap minuman ringan berkarbonasi	Derajat kenikmatan yang terbentuk dari stimulus minuman : suka atau tidak suka	Responden menjawab pertanyaan dengan pilihan berskala: Skala Likert (STS, TS, S, SS)	Kuesioner (bagian C no. 2 , 13 dan 14)	Nilai minimal= 3 Nilai maksimal = 12 Nilai diperoleh dari <i>cut of point</i> nilai mean, yaitu 1.Suka : apabila jawaban yang diperoleh \geq mean [6.83] 2.Tidak suka : apabila jawaban yang diperoleh $<$ mean [6.83]	Interval

Universitas Indonesia

Uang saku	Sejumlah uang yang diperoleh responden baik dari orang tua, beasiswa, pekerjaan untuk keperluan pribadinya sehari-hari (termasuk membeli jajanan)	Responden menjawab pertanyaan pada kuesioner	Kuesioner (bagian A, no. 3)	<p>Nilai diperoleh dari <i>cut of point</i> nilai mean, yaitu</p> <p>1.Tinggi: jika jawaban yang diperoleh \geq mean [Rp 850.000]</p> <p>2.Rendah (jika jawaban yang diperoleh $<$ mean [Rp 850.000])</p>	Interval
Teman sebaya	Sekelompok kawan orang yang tergabung dalam kelompok responden yang dapat mempengaruhi konsumsi minuman ringan responden	Responden menjawab pertanyaan dengan pilihan berskala: Skala Likert (STS, TS, S, SS)	Kuesioner (bagian C nomor 5, 7 dan 9)	<p>Nilai minimal= 3</p> <p>Nilai maksimal = 12</p> <p>Nilai diperoleh dari <i>cut of point</i> nilai mean, yaitu</p> <p>1.Dipengaruhi : Jika jawaban yang diperoleh \geq mean [8]</p> <p>2.Tidak mempengaruhi: Jika jawaban yang diperoleh $<$ mean [8]</p>	Interval

Keluarga	Perilaku ayah, ibu, adik dan kakak dalam mempengaruhi konsumsi minuman ringan berkarbonasi responden	Responden menjawab pertanyaan dengan pilihan berskala: Skala Likert (STS, TS, S, SS)	Kuesioner (bagian C nomor 6, 8, 10 dan 12)	Nilai minimal= 4 Nilai maksimal = 16 Nilai diperoleh dari <i>cut of point</i> nilai mean, yaitu 1.Mempengaruhi : jika jawaban yang diperoleh \geq mean [11.93] 2.Tidak mempengaruhi: jika jawaban yang diperoleh $<$ mean [11.93]	Interval
Media Massa	Media informasi baik cetak maupun elektronik yang dapat mempengaruhi konsumsi minuman ringan berkarbonasi responden	Responden menjawab pertanyaan dengan pilihan berskala: Skala Likert (STS, TS, S, SS)	Kuesioner (bagian C nomor 1, 3, 4 dan 11)	Nilai minimal= 4 Nilai maksimal = 16 Nilai diperoleh dari <i>cut of point</i> nilai mean, yaitu 1.Mempengaruhi : jika jawaban yang diperoleh \geq mean [10.24] 2.Tidak mempengaruhi: jika jawaban yang diperoleh $<$ mean [10.24]	Interval

BAB 4 METODOLOGI PENELITIAN

4.1 Desain Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan dengan pendekatan deskriptif sederhana yang bertujuan untuk mengidentifikasi gambaran dan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi minuman ringan berkarbonasi yang terjadi pada mahasiswa program studi Administrasi Bisnis PNJ 2009. Pengumpulan data dilakukan dengan desain studi potong lintang kepada responden mahasiswa program studi Administrasi Bisnis PNJ 2009 melalui pertanyaan terstruktur pada kuesioner.

4.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kampus PNJ. Waktu penelitian dilakukan pada bulan April 2012. Alasan dilakukan di tempat tersebut karena terdapat ketersediaan minuman ringan berkarbonasi di kantin, *mini market*, toko dan kerjasama *sponsorship* dengan perusahaan minuman ringan berkarbonasi.

4.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa program studi Administrasi Bisnis PNJ 2009. Sampel dalam penelitian ini adalah bagian dari populasi mahasiswa program studi Administrasi Bisnis PNJ 2009. Mahasiswa PNJ yang bukan program studi administrasi bisnis 2009 tidak diikutsertakan dalam penelitian ini karena tidak memenuhi salah satu syarat dari judul penelitian.

Sampel yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dan bukan acak. Sampel yang dipilih dalam penelitian ini mahasiswa program studi Administrasi Bisnis PNJ 2009 dengan kriteria sebagai berikut : mahasiswa dan mahasiswi program studi Administrasi

Bisnis PNJ 2009 yang mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi dan bersedia menjadi responden.

Jumlah mahasiswa program studi Administrasi Bisnis PNJ 2009 ada 138 orang. Karena populasi diketahui, cara menentukan sampel dari populasi adalah dengan rumus estimasi proporsi. Rumus tersebut adalah sebagai berikut (Notoatmodjo, 2010) :

$$n = \frac{(Z\alpha)^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan

n = besar sampel

Z α = nilai Z pada derajat kemaknaan (Z = 1,96)

P = proporsi suatu kasus tertentu terhadap populasi, bila tidak diketahui proporsinya ditetapkan 50% (0,5)

d = derajat penyimpangan terhadap populasi yang diinginkan, yaitu 10% (0,1)

Maka, berdasarkan rumus di atas didapatkan hasil perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z\alpha)^2 P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = 96$$

Dari hasil perhitungan di atas, diperoleh sampel yang diteliti sebanyak 96 orang. Untuk mengantisipasi kesalahan dalam pengambilan sampel maka jumlah sampel ditambah 10%. Jadi jumlah sampel total ada 106 orang.

4.4 Etika Penelitian

Penelitian ini bersifat sukarela, calon responden berhak untuk memutuskan berpartisipasi atau tidak berpartisipasi dalam penelitian tanpa ada paksaan dari pihak lain. Peneliti memberikan informasi kepada responden berupa *informed consent* untuk menjelaskan alasan dan tujuan dilakukan penelitian. Penelitian tidak melakukan tindakan yang berbahaya pada responden dan tidak menempatkan responden pada situasi yang merugikan ataupun berisiko merugikan responden. Selain itu, peneliti menjamin kerahasiaan identitas responden. Data-data yang didapatkan dari responden hanya digunakan untuk kepentingan pengolahan data penelitian.

4.5 Alat Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan alat ukur kuesioner yang terdiri dari 3 bagian, yaitu: gambaran konsumsi minuman ringan berkarbonasi, pengetahuan tentang minuman ringan berkarbonasi dan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi minuman ringan meliputi uang saku, preferensi terhadap minuman ringan, teman sebaya, keluarga dan media massa.

Kuesioner bagian A merupakan pertanyaan pilihan ganda tentang gambaran konsumsi minuman ringan berkarbonasi yang terdiri dari 8 pertanyaan. Pertanyaan diisi dengan tanda silang (X) atau menuliskan jawaban sendiri jika tidak dicantumkan pada opsi pilihan. Pertanyaan diisi dengan memilih salah satu jawaban antara huruf a, b, c, d, e dan f.

Kuesioner bagian B terdiri dari 10 pertanyaan untuk melihat tingkat pengetahuan mahasiswa program studi Administrasi Bisnis PNJ 2009

mengenai minuman ringan berkarbonasi. Pertanyaan diisi dengan tanda silang (X) dengan memilih satu pilihan jawaban BENAR atau SALAH. Dari 10 pertanyaan ada jawaban benar dan salah. Adapun jawaban yang benar yaitu: 1, 3, 5, 8, dan 10; sedangkan jawaban salah yaitu nomor 2, 4, 6, 7 dan 9. Untuk jawaban yang benar diberi nilai 1 (satu) dan jawaban yang salah diberi nilai 0 (nol).

Kuesioner bagian C yaitu terdiri dari 14 pertanyaan mengenai faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi konsumsi minuman ringan berkarbonasi meliputi teman sebaya, preferensi terhadap minuman ringan, keluarga dan media massa. Pertanyaan diisi dengan tanda silang (X) pada pertanyaan yang paling sesuai dengan responden. Pernyataan pada bagian ini dibuat dalam bentuk pernyataan positif dan negatif serta dinilai dengan Skala Likert, yaitu: SS= Sangat Setuju; S= Setuju; TS= Tidak Setuju; STS= Sangat Tidak Setuju. Untuk pernyataan positif, pernyataan diberikan nilai: Sangat Setuju (SS)= 4; Setuju(S)= 3; Tidak Setuju (TS)= 2; Sangat Tidak Setuju (STS)= 1. Untuk pernyataan negatif, pernyataan diberikan nilai: Sangat Setuju (SS)= 1; Setuju(S)= 2; Tidak Setuju (TS)= 3; Sangat Tidak Setuju (STS)= 4.

4.6 Metode Pengumpulan Data

Uji coba kuesioner dilakukan pada 30 responden mahasiswa FIK UI 2009 yang memenuhi kriteria inklusi penelitian (mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi) yang bertujuan untuk mengetahui reliabilitas dan validitas kuesioner. Dari hasil uji coba kuesioner, peneliti memodifikasi kuesioner penelitian sesuai dengan uji coba yang telah dilakukan.

Pembuatan proposal penelitian sedang melalui tahap bimbingan dan konsultasi dengan dosen pembimbing skripsi. Pengumpulan data penelitian dilakukan setelah proposal mendapat persetujuan dari dosen pembimbing skripsi. Selanjutnya, peneliti mengajukan permohonan izin

melakukan penelitian pada pihak FIK UI untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi minuman ringan yang terjadi pada mahasiswa program studi Administrasi Bisnis PNJ 2009. Setelah mendapatkan izin melakukan penelitian, peneliti menemui responden dan memberikan penjelasan kepada calon responden tentang tujuan penelitian dan mempersilahkan calon responden menandatangani lembar persetujuan sebagai responden. Peneliti memberikan penjelasan kepada responden mengenai cara pengisian kuesioner dan memberikan kesempatan untuk bertanya jika ada yang kurang jelas. Kuesioner dikumpulkan pada hari yang sama.

4.7 Pengolahan Data

Menurut Notoatmodjo 2010, data penelitian kuantitatif diolah dengan menggunakan komputer, ada 4 tahap : *Editing, coding, processing* dan *cleaning*. Tahapan editing merupakan kegiatan untuk pengecekan dan perbaikan isian kuesioner (kelengkapan, tulisan jelas terbaca, jawaban relevan dan konsisten dengan pertanyaan). Setelah itu, jawaban di *coding* dengan mengubah data berbentuk kalimat atau huruf menjadi data angka atau bilangan untuk memudahkan saat *processing* data dan analisis. Selanjutnya dari jawaban masing-masing responden yang telah diubah ke dalam bentuk kode dimasukkan ke *software* komputer. Data yang telah diproses, di cek ulang untuk memastikan tidak ada kesalahan pada data selama proses sebelumnya (*cleaning*).

4.8 Analisis Data Univariat (Analisis Deskriptif)

Analisis data univariat bertujuan untuk menggambarkan karakteristik masing-masing variabel yang diteliti. Variabel-variabel penelitian yang diteliti meliputi variabel konsumsi minuman ringan, faktor internal dan faktor eksternal. Jenis atau sifat data dalam penelitian ini adalah kategorik dan numerik. Analisa ini digunakan untuk memperoleh distribusi frekuensi

dan presentase dari masing-masing variabel sehingga diperoleh gambaran umum data yang disajikan dalam bentuk tabel.

Tabel 4.1 Analisis Univariat Variabel Data Penelitian

No	Variabel	Jenis Data	Uji Statistik
1.	Uang Saku	Numerik	Mean. Median
2.	Jenis Kelamin	Kategorik	Proporsi
3.	Pengetahuan Gizi	Kategorik	Proporsi
4.	Preferensi	Kategorik	Proporsi
5.	Teman Sebaya	Kategorik	Proporsi
6.	Keluarga	Kategorik	Proporsi
7.	Media Massa	Kategorik	Proporsi

4.9 Jadwal Kegiatan

Tabel 4.2 Jadwal Kegiatan Penelitian

Kegiatan	Maret					April				Mei					Juni					Juli				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Revisi proposal	■	■	■	■	■																			
Pengurusan perijinan							■																	
Uji validitas							■	■	■															
Pengambilan data										■	■	■	■	■										
Pengolahan data										■	■	■	■	■										
Penyusunan laporan															■	■	■	■	■					
Penyerahan skripsi ke fakultas																		■	■					
Pengajuan sidang skripsi																		■	■					
Sidang Skripsi																			■					
Revisi skripsi dan Penyerahan																				■	■	■	■	■

BAB 5 HASIL PENELITIAN

Pada bab ini peneliti menyajikan dan menjelaskan tentang hasil penelitian yang telah dilakukan. Sebelum melakukan pengumpulan data, peneliti melakukan pengujian terhadap instrumen berupa kuesioner yang digunakan. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen. Pengujian instrumen dilakukan pada 30 responden dari mahasiswa FIK UI program reguler angkatan 2009. Berdasarkan hasil pengujian, didapatkan nilai *Crombach Alpha*, yaitu 0,657 sehingga variabel reliabel. Nilai *r* tabel, yaitu 0,361, maka ada 10 pertanyaan dari 32 pertanyaan tidak valid karena nilai *r* pengujian $< 0,361$. Setelah pengujian instrumen, peneliti melakukan modifikasi tata bahasa terhadap instrumen yang tidak valid. Pengambilan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 106 responden yang terpilih menggunakan rumus proporsi pada minggu ketiga dan keempat bulan April 2012. Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa program studi Administrasi Bisnis PNJ 2009. Hasil penelitian akan kami sajikan dalam analisis deskriptif.

5.1 Gambaran Umum Kampus PNJ

Sejarah Politeknik Negeri Jakarta bermula dari fakultas non gelar teknologi Universitas Indonesia (FNGT-UI) yang kemudian menjadi Politeknik Universitas Indonesia. Politeknik Universitas Indonesia didirikan pada tanggal 20 September 1982, namun sejak tanggal 25 Agustus 1998 menjadi mandiri dengan nama Politeknik Negeri Jakarta berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan nomor: **207/O/1998**.

PNJ mengadakan program pendidikan dengan sistem paket semester yang terdiri dari 19 minggu pertemuan tatap muka dan 38 jam setiap minggu. Hari perkuliahan dimulai dari senin-jum'at. Sarana dan prasarana yang ada

Universitas Indonesia

di PNJ antara lain, masjid, koperasi mahasiswa, kantin, *mini market*, kios, ATM, lapangan bola, papan panjat dan bus poltek.

Politeknik Negeri Jakarta merupakan lembaga pendidikan tinggi Diploma III yang mempunyai visi: “Menjadi Politeknik Unggul Bertaraf Internasional dalam bidang Rekayasa dan Tata Niaga”. PNJ memiliki 6 jurusan, yaitu: teknik elektro, teknik mesin, teknik sipil, akuntansi, administrasi niaga, teknik grafika dan penerbitan.

Jurusan Administrasi Niaga terdiri dari 2 program studi, yaitu Administrasi Bisnis dan MICE (Sarjana Sains Terapan). Administrasi Bisnis merupakan pendidikan vokasi jenjang Diploma III yang didirikan pada tahun 1986 untuk mempersiapkan sumber daya manusia yang profesional dan kompeten dalam administrasi bisnis yang mampu melaksanakan pekerjaan di bidang kesekretariatan, komputer dan pemasaran.

5.2 Hasil Analisis Univariat

Tabel 5.1

Karakteristik Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009 Bulan April 2012 (n= 96)

Karakteristik	Frekuensi	
	Jumlah (Σ)	Persen (%)
Jenis kelamin		
Laki-laki	54	56.25
Perempuan	42	43.75
Uang saku per bulan		
< Rp 600.000	53	55.2
Rp 600.000-Rp 1.000.000	35	36.5
Rp 1.100.000-Rp 1.500.000	6	6.2
> Rp 1.500.000	2	2.1

Tabel 5.2

Tingkat Konsumsi Minuman Ringan Berkarbonasi Mahasiswa ADM
Bisnis PNJ 2009 Bulan April 2012, (n= 96)

Konsumsi Minuman Ringan Berkarbonasi	Jumlah	(%)
Tinggi	45	46.9
Rendah	51	53.1

Tabel 5.3

Jenis Minuman Ringan Berkarbonasi yang Dikonsumsi Mahasiswa ADM
Bisnis PNJ 2009 Bulan April 2012, (n=96)

Jenis Minuman Ringan Berkarbonasi	Jumlah	(%)
<i>Soft drink</i> rasa cola	43	44.8
<i>Soft drink</i> rasa stroberi	28	29.2
<i>Soft drink</i> rasa lemon	8	8.3
<i>Soft drink blue</i>	2	2.1
<i>Soft drink</i> tidak berkalori	3	3.1
Lain-lain	12	12.5

Tabel 5.4

Waktu Mengonsumsi Minuman Ringan Berkarbonasi Mahasiswa ADM
Bisnis PNJ 2009 Bulan April 2012, (n=96)

Waktu Mengonsumsi Minuman Ringan Berkarbonasi	Jumlah	(%)
Saat atau setelah makan	7	7.3
Saat jajan	24	25
Setelah berolahraga	3	3.1
Saat nonton di bioskop	20	20.8
Saat di pesta atau acara	21	21.9
Lain-lain:		
- kalau ingin	9	9.89
- saat istirahat atau santai	4	4.37
- sedang merokok	1	1.09
- lagi iseng	1	1.09
- tidak tentu	3	3.28
- saat galau	1	1.09
- kumpul sama teman	1	1.09

Tabel 5.5

Tempat Membeli Minuman Ringan Berkarbonasi Mahasiswa ADM Bisnis
PNJ 2009 Bulan April 2012, (n=96)

Tempat Membeli Minuman Ringan Berkarbonasi	Jumlah	(%)
Kantin kampus	9	9.4
Warung atau toko	19	19.8
Mini market	40	41.6
Supermarket	21	21.9
Restoran	4	4.2
Dimana saja tempat jual <i>softdrink</i>	3	3.1

Tabel 5.6

Ketersediaan Minuman Ringan Berkarbonasi di Rumah Mahasiswa ADM
Bisnis PNJ 2009 Bulan April 2012, (n=96)

Ketersediaan Minuman Ringan Berkarbonasi di Rumah	Jumlah	(%)
Tidak pernah tersedia	33	34.4
Jarang tersedia	46	47.9
Sering tersedia	16	16.7
Sangat sering tersedia	1	1

Tabel 5.7

Pertimbangan Membeli Minuman Ringan Berkarbonasi Mahasiswa ADM Bisnis
PNJ 2009 Bulan April 2012, (n=96)

Pertimbangan Membeli	Jumlah	(%)
Minuman Ringan Berkarbonasi		
Rasa enak	20	20.8
Kemasan menarik	2	2.1
Iklan menarik	2	2.1
Minuman dalam keadaan dingin	58	60.4
Mencoba yang baru	9	9.4
Lain-lain:		
- kalau ingin	3	3
- kadar soda	1	1.1
- murah	1	1.1

Tabel 5.8

Pengetahuan Gizi tentang Minuman Ringan Berkarbonasi Mahasiswa Program
Studi Administrasi Bisnis PNJ 2009 Bulan April 2012, (n=96)

Pengetahuan	Jumlah	(%)
Tinggi	40	41.7
Rendah	56	58.3

Tabel 5.9

Preferensi terhadap Minuman Ringan Berkarbonasi Mahasiswa ADM Bisnis PNJ
2009 Bulan April 2012, (n=96)

Preferensi	Jumlah	(%)
Suka	52	54.2
Tidak suka	44	45.8

Tabel 5.10

Pengaruh Teman Sebaya terhadap Konsumsi Minuman Ringan Berkarbonasi
Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009 Bulan April 2012, (n=96)

Pengaruh Teman Sebaya	Jumlah	(%)
Tidak mempengaruhi	27	28.1
Mempengaruhi	69	71.9

Tabel 5.11

Pengaruh Keluarga terhadap Konsumsi Minuman Ringan Berkarbonasi
Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009 Bulan April 2012, (n=96)

Pengaruh Keluarga	Jumlah	(%)
Tidak mempengaruhi	31	32.3
Mempengaruhi	65	67.7

Tabel 5.12

Pengaruh Media Massa Terhadap Konsumsi Minuman Ringan Berkarbonasi
Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009 Bulan April 2012, (n=96)

Pengaruh Media Massa	Jumlah	(%)
Tidak mempengaruhi	53	55.2
Mempengaruhi	43	44.8

Tabel 5.13

Tingkatan Uang Saku Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009 Bulan April
2012, (n=96)

Uang Saku Responden	Jumlah	(%)
Rendah	71	74
Tinggi	25	26

BAB 6 PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan pembahasan hasil penelitian dan keterbatasan penelitian. Pembahasan hasil penelitian yang dipaparkan sesuai tujuan dan kerangka konsep penelitian, yaitu difokuskan pada gambaran konsumsi minuman ringan berkarbonasi dan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi minuman ringan berkarbonasi. Ada 2 faktor yang mempengaruhi konsumsi minuman ringan berkarbonasi, yaitu faktor internal: pengetahuan gizi tentang minuman ringan berkarbonasi, preferensi terhadap minuman ringan berkarbonasi dan uang saku, faktor eksternal: teman sebaya, keluarga dan media massa.

6.1 Gambaran Tingkat Konsumsi Minuman Ringan Berkarbonasi pada Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009

Tingkat konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada mahasiswa-mahasiswi program studi Admininstrasi Bisnis PNJ 2009 terbagi dalam kategori tinggi dan rendah. Kategori tinggi dalam mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi adalah mahasiswa-mahasiswi yang mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi 1-2 botol/kaleng ukuran sedang (250-550 ml) dalam sehari dan 1-3 botol/kaleng ukuran sedang (250-550 ml) dalam seminggu. Kategori rendah dalam mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi adalah mahasiswa-mahasiswi yang mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi 1-3 botol/kaleng ukuran sedang (250-550 ml) dalam sebulan dan 1-3 botol/kaleng ukuran sedang (250-550 ml) dalam setahun (Bere et al, 2006).

Hasil penelitian menunjukkan gambaran bahwa hampir sebagian responden (46.9%) dalam penelitian ini mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi tingkat tinggi dengan frekuensi konsumsi rata-rata 1 hingga 3 botol/kaleng ukuran sedang seminggu. Hasil penelitian ini tidak berbeda jauh dengan hasil penelitian Skriptiana (2009) yang menyebutkan 32.4% siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri memiliki tingkat konsumsi minuman ringan berkarbonasi tinggi

Universitas Indonesia

dan Prasetya (2007) yang mengatakan 32.9% siswa-siswi Yaspen Tugu Ibu memiliki tingkat konsumsi minuman ringan berkarbonasi tinggi.

Hasil penelitian ini juga menyebutkan tidak sedikit responden yang memiliki tingkat konsumsi minuman ringan berkarbonasi yang rendah yaitu sekitar 53.1%. Hal ini dapat terjadi karena banyak muncul berbagai jenis minuman ringan yang tidak berkarbonasi, seperti: minuman isotonik, minuman ion, minuman *yoghurt*, minuman kopi siap saji dan minuman teh hijau.

Sebagian besar mahasiswa (44.8%) cenderung mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi rasa *cola*. Hal ini disebabkan karena minuman ringan berkarbonasi rasa *cola* merupakan minuman ringan berkarbonasi pertama yang diciptakan oleh seorang ahli farmasi yang bernama Doktor John Pemberton (Fantuzzi, 2008) dan merupakan sebuah perusahaan minuman ringan berkarbonasi terbesar di dunia yang hampir menguasai 70% pasar global dengan penjualan 400 jenis minuman lebih dari 200 negara (Thomas, 2010).

Perusahaan tersebut juga paling gencar melakukan promosi produk minuman ringan berkarbonasi di berbagai media massa seperti iklan di tv, radio, poster, badan bus, memberikan diskon harga untuk pembelian minuman ringan berkarbonasi dan sebagainya. Hal ini juga bisa dihubungkan dengan alasan responden mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi, pertama sebagian besar responden (60.4%) mengonsumsi karena minuman dalam keadaan dingin., kedua 20.8% responden mengatakan rasa minuman enak. Kebanyakan dari mahasiswa (25%) mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi saat jajan. Hal ini disebabkan karena sebagian besar responden (47,9%) jarang memiliki ketersediaan minuman ringan berkarbonasi di rumah sehingga 41.6% responden memilih untuk membeli *soft drink* di mini market.

6.2 Pengetahuan Gizi Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009 tentang Minuman Ringan Berkarbonasi

Mahasiswa-mahasiswi program studi Admininstrasi Bisnis PNJ 2009 memiliki pengetahuan gizi yang rendah mengenai minuman ringan berkarbonasi sehingga terdapat kecendrungan untuk mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Skriptiana (2009) bahwa 91,7% siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri tahun 2009 memiliki pengetahuan gizi yang rendah sehingga terdapat kecendrungan mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi tingkat tinggi.

Pertanyaan mengenai pengetahuan gizi tentang minuman ringan berkarbonasi berjumlah 10. Setiap pernyataan harus dijawab responden dengan satu pilihan yaitu benar atau salah. Penghitungan jumlah jawaban benar dilakukan dengan skoring. Peneliti mengelompokkan kategori tinggi dan rendah berdasarkan nilai *mean* karena belum ada standar baku penilaian tentang pertanyaan, skoring dan pengelompokan pengetahuan gizi minuman ringan berkarbonasi sehingga standar pengetahuan gizi tinggi yaitu 9 dan 10.

6.3 Preferensi Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009 terhadap Minuman Ringan Berkarbonasi

Mahasiswa-mahasiswi program studi Admininstrasi Bisnis PNJ 2009 memiliki preferensi yang tinggi terhadap minuman ringan berkarbonasi sehingga terdapat kecendrungan untuk mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi. Hasil penelitian ini sama sekali dengan penelitian yang dilakukan oleh Skriptiana (2009) yang menunjukkan 56,5% siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri tahun 2009 memiliki preferensi yang tinggi sehingga terdapat kecendrungan mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi tingkat tinggi dibandingkan dengan preferensi yang rendah.

Penelitian oleh Skriptiana (2009) dan Prasetya (2007) membandingkan preferensi minuman ringan berkarbonasi dengan minuman lain, seperti: air putih, teh, susu dan jus buah. Hasil yang diperoleh adalah responden lebih menyukai minuman-minuman tersebut dibandingkan dengan minuman ringan berkarbonasi.

Preferensi merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi perilaku mahasiswa untuk membeli dan mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi. Mahasiswa yang dibesarkan semenjak usia dini dalam masyarakat mempelajari preferensi melalui sebuah proses sosialisasi. Proses sosialisasi ini melibatkan keluarga, lembaga pendidikan dan masyarakat (Kotler, 1992). Jadi, mahasiswa yang memiliki preferensi yang tinggi terhadap minuman ringan berkarbonasi disebabkan karena keberadaan mahasiswa yang dibesarkan dalam sebuah masyarakat yang juga cenderung mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi.

6.4 Pengaruh Teman Sebaya terhadap Konsumsi Minuman Ringan Berkarbonasi pada Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009

Mahasiswa-mahasiswi program studi Administrasi Bisnis PNJ 2009 dipengaruhi oleh teman sebaya untuk mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi. Mahasiswa yang mendapatkan pengaruh dari teman sebaya cenderung membeli dan mengonsumsi minuman ringan lebih tinggi dibandingkan dengan mahasiswa yang tidak mendapatkan pengaruh dari teman. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Skriptiana (2009) yang menyatakan 55,6% siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri dipengaruhi oleh teman sebaya dalam mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi.

Perilaku mahasiswa dalam mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi dipengaruhi oleh faktor sosial, yaitu kelompok referensi. Kelompok referensi merupakan semua kelompok yang memberikan pengaruh langsung (dengan

Universitas Indonesia

bertemu langsung) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap seseorang disebut kelompok keanggotaan (*membership group*). Teman sebaya merupakan kelompok primer yaitu bagian dari kelompok keanggotaan (Kotler, Ang, Leong dan Tan, 2004).

Teman sebaya mempunyai pengaruh yang bervariasi di antara produk dan merek. Teman sebaya hanya mempunyai pengaruh yang kuat terhadap pilihan barang seperti perkakas rumah tangga, busana, minuman, makanan dan rokok. Keputusan membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh teman-teman sebaya ketika pertama kali produk itu diperkenalkan (Kotler, 1992).

Teman sebaya mempengaruhi mahasiswa untuk mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi dalam tiga cara. Pertama, teman sebaya memaparkan mahasiswa terhadap perilaku dan gaya hidup baru untuk mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi. Kedua, teman sebaya mempengaruhi sikap dan konsep diri mahasiswa, ketika haus mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi. Ketiga, teman sebaya menciptakan tekanan terhadap kepatuhan yang mempengaruhi pilihan produk atau merek minuman ringan berkarbonasi, contohnya: minuman ringan berkarbonasi rasa *cola* (Kotler, Ang, Leong dan Tan, 2004).

Perusahaan minuman ringan berkarbonasi juga menganggap bahwa teman sebaya merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi mahasiswa untuk membeli dan mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi. Perusahaan memperhatikan 3 tahap kondisi perusahaan dalam strategi pemasaran produk kepada mahasiswa. Tahap pertumbuhan pasar, teman-teman sebaya atau teman-teman organisasi di kampus sangat berpengaruh dalam pemilihan produk dan merek minuman ringan berkarbonasi. Tahap kematangan produk, teman sebaya mempengaruhi pemilihan produk, namun pemilihan merek minuman ringan berkarbonasi dipengaruhi oleh faktor-faktor selain teman

sebaya. Tahap penurunan, teman sebaya berpengaruh sangat lemah dalam pemilihan produk dan merek minuman ringan berkarbonasi (Kotler, 1992).

6.5 Pengaruh Keluarga terhadap Konsumsi Minuman Ringan Berkarbonasi pada Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009

Mahasiswa-mahasiswi program studi Administrasi Bisnis PNJ 2009 dipengaruhi oleh keluarga untuk mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi. Mahasiswa yang mendapatkan pengaruh dari keluarga cenderung membeli dan mengonsumsi minuman ringan lebih tinggi dibandingkan dengan mahasiswa yang tidak mendapatkan pengaruh dari keluarga. Penelitian ini mempunyai hasil sama dengan penelitian Skriptiana (2009) yang menunjukkan 72,2% siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri dipengaruhi oleh keluarga dalam mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi.

Keluarga merupakan kelompok yang penting dan paling mempengaruhi mahasiswa secara langsung untuk membeli dan mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi. Mahasiswa program studi Administrasi Bisnis PNJ 2009 masih tinggal bersama orang tua atau menyewa rumah di dekat kampus dan berstatus belum menikah sehingga hanya keluarga orientasi seperti orang tua dan saudara kandung yang paling mempengaruhi mahasiswa untuk mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi. Mahasiswa yang tinggal jauh dari orang tua menyebabkan interaksi yang berkurang, namun pengaruh orang tua terhadap perilaku mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi masih signifikan. Jadi, mahasiswa belum mendapatkan pengaruh dari keluarga prokreasi (pasangan hidup dan anak-anak) karena belum berkeluarga (Kotler, Ang, Leong dan Tan, 2004).

6.6 Pengaruh Media Massa terhadap Konsumsi Minuman Ringan Berkarbonasi pada Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009

Mahasiswa-mahasiswi program studi Administrasi Bisnis PNJ 2009 tidak dipengaruhi oleh media massa untuk mengonsumsi minuman ringan

Universitas Indonesia

berkarbonasi. Mahasiswa yang tidak mendapatkan pengaruh dari media massa cenderung membeli dan mengonsumsi minuman ringan lebih rendah dibandingkan dengan mahasiswa yang mendapatkan pengaruh dari media massa. Hasil penelitian berlaku sama dengan penelitian Skriptiana (2009) yang memperlihatkan 75% siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri tahun 2009 tidak dipengaruhi oleh media massa dalam mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi.

Perusahaan minuman ringan berkarbonasi mempromosikan minuman tersebut dengan memperhatikan target yang menjadi sasaran dan cara mempengaruhi. Sasaran utama yang dijadikan konsumen adalah anak sekolah dan remaja. Mahasiswa-mahasiswa program studi Administrasi Bisnis PNJ 2009 yang masih dikategorikan sebagai remaja dipengaruhi melalui papan iklan di pinggir jalan raya, menjadi sponsor berbagai kegiatan seminar di kampus, iklan di televisi dan promosi dengan papan panjat tebing yang berada di lapangan kampus PNJ.

Strategi promosi *soft drink* melalui papan iklan dilakukan oleh perusahaan minuman ringan berkarbonasi di Shanghai. Perusahaan minuman ringan berkarbonasi warna *blue* mencoba untuk mengidentifikasi kelompok konsumen yang menjadi sasaran. Hasil yang didapatkan setelah didiskusikan dengan bidang pemasaran, kelompok konsumen yang menjadi sasaran adalah remaja. Perusahaan menggunakan Ricky Martin dan Faye Wong sebagai sosok selebriti dari Asia dan Barat yang sedang digemari oleh remaja pada tahun 2003. Kedua artis tersebut dijadikan model merek minuman ringan berkarbonasi (Kotler, Ang, Leong dan Tan, 2004).

Perusahaan juga mencari kesempatan untuk mempromosikan minuman ringan berkarbonasi ketika kampus mengadakan berbagai seminar. Perusahaan menawarkan kerjasama melalui *sponsorship* kepada panitia sehingga memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Panitia bisa membuat peserta memenuhi target dengan *soft drink* gratis dan perusahaan bisa

Universitas Indonesia

memperkenalkan produknya. *Project Officer* (PO) dan pembicara sebuah seminar biasanya dijadikan target oleh perusahaan untuk mempengaruhi peserta seminar yang kebanyakan mahasiswa mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi dengan memberikan *soft drink* ketika berbicara di depan peserta (Kotler, 1992).

6.7 Tingkatan Uang Saku Mahasiswa ADM Bisnis PNJ 2009

Mahasiswa-mahasiswi program studi Administrasi Bisnis PNJ 2009 memiliki uang saku yang rendah sehingga cenderung membeli dan mengonsumsi minuman ringan lebih rendah dibandingkan dengan mahasiswa yang memiliki uang saku tinggi. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Skriptiana (2009) yang menyatakan 67,6% siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri tahun 2009 memiliki uang saku tinggi sehingga cenderung untuk membeli minuman ringan berkarbonasi. Penelitian ini sejalan dengan Prasetya (2007) yang menyebutkan 30,27% siswa-siswi SMP Yaspen Tugu Ibu menggunakan uang sakunya untuk membeli minuman ringan berkarbonasi.

Konsumsi dibentuk oleh siklus kehidupan keluarga. Mahasiswa-mahasiswi program studi Administrasi Bisnis PNJ 2009 dikelompokkan ke dalam bujangan berdasarkan 9 tahapan dalam siklus keluarga di Asia. Tahapan bujangan ini memiliki ciri-ciri: muda, lajang, tinggal di rumah dengan orang tua, sedikit hambatan keuangan dan berorientasi pada mode dan rekreasi. Perusahaan minuman ringan berkarbonasi sering memilih kelompok siklus hidup sebagai sasaran konsumen (Kotler, Ang, Leong dan Tan, 2004).

Hambatan keuangan dialami oleh mahasiswa-mahasiswi program studi Administrasi Bisnis PNJ 2009 karena belum mendapatkan pekerjaan tetap dan masih bergantung pada orang tua, beasiswa serta pekerjaan sampingan seperti menjadi guru privat bimbingan belajar atau berwirausaha. Perusahaan minuman ringan berkarbonasi cenderung menurunkan harga produknya sesuai dengan uang jajan mahasiswa karena sasaran perusahaan untuk mengonsumsi *soft drink* adalah remaja (Kotler, Ang, Leong dan Tan, 2004).

Universitas Indonesia

Keadaan ekonomi seseorang sangat mempengaruhi pilihan produk dan merek yang akan dibeli. Keadaan ekonomi seseorang terdiri dari uang saku yang bisa dibelanjakan (tingkat, stabilitas dan pola waktu), tabungan dan aset (termasuk berapa persen yang bisa dicairkan), hutang, kemampuan meminjam dan sikap terhadap pengeluaran dan tabungan (Kotler, Ang, Leong dan Tan, 2004). Minuman ringan berkarbonasi merupakan barang primer yang bisa dijangkau oleh semua lapisan masyarakat sehingga tidak semua unsur keadaan ekonomi yang mempengaruhi seseorang untuk membeli *soft drink*.

Pilihan produk dan merek minuman ringan berkarbonasi yang dikonsumsi oleh remaja dipengaruhi oleh uang saku yang bisa dibelanjakan. Perusahaan *soft drink* termasuk barang-barang yang tingkat penjualannya dipengaruhi oleh uang saku remaja sehingga perusahaan terus menerus memantau tingkat penjualan minuman dan harga minuman lain, jika mengalami penurunan maka perusahaan dapat menetapkan harga ulang produknya (Kotler, Ang, Leong dan Tan, 2004).

6.8 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan. Keterbatasan penelitian yang terdapat di dalam penelitian ini, saat proses pengumpulan data terdapat beberapa kuesioner yang harus diisi responden dititipkan kepada penanggung jawab kelas sehingga peneliti tidak mendampingi saat pengisian kuesioner.

BAB 7

KESIMPULAN DAN SARAN

Dengan melihat hasil penelitian dan pembahasan dari variabel yang diteliti berkaitan dengan konsumsi minuman ringan berkarbonasi, berdasarkan hasil analisis univariat untuk mendapatkan gambaran dan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi minuman ringan berkarbonasi maka dapat diambil suatu kesimpulan dan saran.

7.1 Kesimpulan

Dari hasil pembahasan penelitian yang dilakukan pada mahasiswa program studi Administrasi Bisnis PNJ 2009 pada bulan April 2012, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Sebagian mahasiswa (46.9%) mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi tingkat tinggi dengan rata-rata frekuensi konsumsi 1-3 botol/kaleng ukuran sedang seminggu oleh karena itu perlu diberikan seminar tentang minuman yang sehat.
- b. Sebanyak 58.3% mahasiswa memiliki pengetahuan gizi yang rendah terhadap minuman ringan berkarbonasi sehingga cenderung mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi.
- c. Lebih dari separuh mahasiswa (54.2%) memiliki preferensi terhadap minuman ringan berkarbonasi sehingga cenderung mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi.
- d. Mahasiswa paling banyak (71.9%) dipengaruhi oleh teman sebaya dalam mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi.
- e. Sebagian besar mahasiswa (67.7%) dipengaruhi oleh keluarga dalam mengonsumsi minuman ringan berkarbonasi.
- g. Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor internal, yaitu: pengetahuan gizi tentang minuman ringan berkarbonasi dan preferensi

Universitas Indonesia

terhadap minuman ringan berkarbonasi dan faktor-faktor eksternal, yaitu: teman sebaya dan keluarga berperan terhadap konsumsi minuman ringan berkarbonasi.

7.2 Saran

Peneliti mengemukakan beberapa saran berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan, di antaranya:

- a. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai hubungan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi minuman ringan berkarbonasi dengan perilaku konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada mahasiswa.
- b. Penelitian berikutnya disarankan agar meneliti tentang konsumsi minuman ringan non karbonasi pada mahasiswa kemudian dibandingkan dengan konsumsi minuman ringan berkarbonasi.
- c. Mengingat tingkat pengetahuan gizi mahasiswa terhadap minuman ringan berkarbonasi masih rendah, diharapkan kepada pihak kampus untuk memberikan pendidikan kesehatan tentang gizi minuman ringan berkarbonasi kepada mahasiswa.

Daftar Pustaka

- Almatsier, Sunita. (2004). *Prinsip dasar ilmu gizi*. (Ed. ke-4) Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Artikel *Global soft drink*. Dari: <http://www.zenithinternasional.com>. (29 Juni 2012).
- Bere, E., et al. (2006). 'Determinants of adolescents's soft drink consumption'. *Journal of Public Health*, [Online], vol. 11, no 1, pp. 49-56. Dari : <http://www.ncbi.nlm.nih.gov>. (29 Juni 2012)
- Brannan, Tom. (2005). *Integrated marketing communications: Memadukan upaya public relations, iklan dan promosi untuk membangun identitas merek* (Slamet, Penerjemah.). Jakarta: Penerbit PPM.
- Brown, Judith E., et al. (2005). *Nutrition through the life cycle*. 2nd ed., USA: Thomson Wadsworth.
- Buemann, B., Toubro, S., & Astrup, A. (Oktober, 2002). The effect of wine or beer versus a carbonated soft drink, served at a meal, on *ad libitum* energy intake. *International Journal of Obesity*, 26, 1367-1372. 20 November 2011. ABI/INFORM Global (Proquest) database.
- Cuomo, Rosario., et al. (Oktober, 2011). The role of a pre- load beverage on gastric volume and food intake: comparison between non-caloric carbonated and non-carbonated beverage. *Nutrition Journal*, 10: 114, 1-11. 21 Maret 2012. <http://www.jstor.com>
- Dahlan, M. Sopiudin. (2009). *Langkah-langkah membuat proposal penelitian bidang kedokteran dan kesehatan*. (Ed. ke-2, Seri 3). Jakarta: CV Sagung Seto

- Dempsey, Patricia Ann., & Dempsey, Arthur D. (2002). *Riset Keperawatan: buku ajar & latihan* (Palupi Widyastuti, Penerjemah.). Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC.
- Fantuzzi, Kristen. (2008). Carbonated soft drink consumption: Implications for obesity policy. *ProQuest Dissertations and Theses* 3313272, 1-12. 21 Maret 2012. ABI/INFORM Global (Proquest) database.
- Freitag, Harry., & Oktaviani, Prima. (2010). *Diet seru ala remaja*. Yogyakarta: Penerbit Jogja Great! Publisher.
- GDSDC (2007, 9 Oktober). *Global Dump Soft Drinks Campaign*. 20 Oktober 2011. www.dumpsoftdrinks.org
- Hardinsyah. (2011). Konsumsi minuman berkalori tinggi mengkhawatirkan. 20 Oktober 2011. <http://health.kompas.com/read/2011/07/18/02413911/Konsumsi.Minuman.Berkalori.Tinggi.Mengkhawatirkan>.
- Harper, Angela., et al. (Maret, 2007). Increased satiety after intake of a chocolate milk drink compared with a carbonated beverage, but no difference in subsequent ad libitum lunch intake. *The British Journal of Nutrition*, 97.3, 579-583. 20 November 2011. ABI/INFORM Global (Proquest) database.
- Hastono, Sutanto Priyo., & Sabri, Luknis (2010). *Statistik kesehatan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Irawan, M. Anwari. (2007). Cairan tubuh, elektrolit & mineral. *Polton Sports Science & Performance Lab*, 01, 1-6. 27 Maret 2012. www.pssplab.com

- James, J., & Kerr, D. (2005). *Prevention of childhood obesity by reducing soft drinks*.
Diunduh 20 Oktober 2011.
<http://www.nature.com/ijo/journal/v29/n2s/full/0803062a.html>
- Kotler, Philip. (1992). *Manajemen pemasaran: Analisis, perencanaan dan pengendalian* (Jaka Wasana, Penerjemah). (Ed. ke-5, Jilid 1) Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip., dkk. (2004). *Manajemen pemasaran: Sudut pandang Asia* (Zein Isa, Penerjemah). (Ed. ke-3, Jilid 1). Jakarta: Penerbit PT. INDEKS Kelompok GRAMEDIA
- Lim, S., dkk. (2008). The association between soft drink consumption and caries risk among low- income African-American children is not clear. *Journal Of Evidence-Based Dental Practice.*, 139(7), 959-967. 7 Maret 2012. <http://www.jstor.com>
- Mahmood., et al. (23 September 2008). *Health effects of soda drinking in adolescent girls in the United Arab Emirates*. 20 Oktober 2011.
<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/18725052>
- Mangkunegara, Anwar Prabu. (2005). *Perilaku konsumen*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Matthiessen, Timothy Brian. (2010). Innovative approaches to evaluation of nutrition programs in youth. *ProQuest Dissertations and Theses*. 1487077, 1-9. 2010. ABI/INFORM Global (Proquest) database.
- Notoatmodjo, S. (2003). *Ilmu kesehatan masyarakat*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta
- Notoatmodjo, Soekidjo. (2007). *Promosi kesehatan & ilmu perilaku*. Jakarta: PT. Rineka Cipta

- Notoatmodjo, Soekidjo. (2010). *Metodologi penelitian kesehatan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Nur' Afni, Heni. (2009). *Diet for muslimah*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Nuraini, Henny. (2007). *Memilih & membuat jajanan anak yang sehat dan halal*. Tangerang: QultumMedia
- Perretta, Lorraine. (2010). *Makanan untuk otak*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Potter, P. A., & Perry, A. G.(2005). *Buku ajar fundamental keperawatan: Konsep, proses dan praktik* (Asih Yasmin, dkk., Penerjemah).(Edisi 4, volume 1). Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC.
- Prasetya, Karina P. (2007). Faktor-faktor yang berhubungan dengan konsumsi minuman ringan (*soft drink*) berkarbonasi pada siswa SMP Yaspen Tugu Ibu Depok tahun 2007. [Skripsi]. Peminatan Gizi Kesehatan Masyarakat Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia, Depok.
- Saryono. (2010). *Metodologi penelitian kesehatan: Penuntun praktis bagi pemuda*. Yogyakarta: Mitra Cendikia Press.
- Setiadi, Nugroho J. (2008). *Perilaku konsumen: Konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Skriptiana, Noor Rizqi. (2009). *Hubungan antara pengetahuan gizi, teman sebaya, media massa dan faktor lain dengan konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada siswa-siswi SMPIT Nurul Fikri tahun 2009*. (Skripsi). Peminatan Gizi Kesehatan Masyarakat Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Indonesia, Depok

- Sudirman, Urip. (2008). *Hemat air dengan BBM*. Jakarta: Penerbit PT. Kawan Pustaka
- Suragimath, Girish., et al. (Oktober, 2009). Effect of carbonated drink on excisional palatal woundhealing: A study on wistar rats. *Indian J Dent Res* 2010, 21, 330-333. 20 November 2011. ABI/INFORM Global (Proquest) database.
- Thomas, Jonathan. (September, 2010). Future success strategies for carbonated soft drinks (CSDs) – 2010 edition: Major suppliers and brands. *Just - Drinks*, 19, 10-28. 20 November 2011. ABI/INFORM Global (Proquest) database.
- Vijayakumar, S. (Juni, 2005). Consumer behavior relating to carbonated soft drinks in selected urban centres in Tamil Nadu. *Finance India*, 19, 2, 601-607. 28 Maret 2012. ABI/INFORM Global (Proquest) database.
- Wahyuningsih, Merry. (19 Maret 2011). *Kenapa minum soda bikin gemuk?*. Diunduh 19Oktober2011. <http://www.detikhealth.com/read/2011/03/19/120510/1596123/76/6/kenapa-minum-soda-bikin-gemuk?hlight>.
- Williams, A. B., Ayejuyo, O. O., & Ogunyale, A. F. (September, 2009). Trace metal levels in fruit juices and carbonated beverages in Nigeria. *Environ Monit Assess*, 156, 303-306. 6 Oktober 2011 . ABI/INFORM Global (Proquest) database.

PENJELASAN PENELITIAN

Selamat siang, saya Muthmainnah, mahasiswi reguler 2008 Fakultas Ilmu Keperawatan Universitas Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Minuman Ringan Berkarbonasi pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis PNJ 2009”. Penelitian ini merupakan bagian dari persyaratan untuk Program Pendidikan Sarjana saya di Universitas Indonesia. Saya dibimbing oleh ibu Hj. Krisna Yetti, SKp., M.App. Sc dari Fakultas Ilmu Keperawatan Universitas Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran konsumsi minuman ringan dan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada mahasiswa program studi Administrasi Bisnis PNJ 2009. Peneliti akan menghormati keputusan mahasiswa sebagai partisipan serta akan merahasiakan setiap jawaban dan identitas responden. Semua data hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian.

Melalui penjelasan ini peneliti sangat mengharapkan saudara/i untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Atas kesediaan dan partisipasi, peneliti ucapkan terima kasih.

Peneliti,

Muthmainnah

LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI RESPONDEN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa saya telah diminta untuk ikut serta berperan dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan tujuan untuk memperoleh informasi mengenai gambaran konsumsi minuman ringan berkarbonasi dan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi minuman ringan berkarbonasi pada mahasiswa program studi Administrasi Bisnis PNJ 2009 .

Saya bersedia menjadi responden dalam penelitian ini dan akan memberikan informasi yang benar. Saya mengerti bahwa penelitian ini dilakukan dalam rangka memenuhi mata ajar tugas akhir dan telah mendapat izin dari Fakultas Ilmu Keperawatan Universitas Indonesia, Depok.

Saya mengerti bahwa data penelitian ini akan dirahasiakan oleh peneliti. Saya menyadari bahwa penelitian ini akan memberikan dampak positif untuk peneliti dan ruang lingkup keperawatan dan tidak menimbulkan risiko atau dampak negatif apapun terhadap saya.

Demikian lembar persetujuan ini saya tanda tangani secara sukarela, dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari siapapun.

Depok, April 2012

(Responden)

KUESIONER PENELITIAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMSI MINUMAN RINGAN BERKARBONASI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS PNJ 2009

No. Responden : (diisi oleh peneliti)

Bagian I

Petunjuk pengisian kuesioner Bagian I:

1. Saudara/i diharapkan membaca pertanyaan di bawah ini dengan teliti dan mengisi seluruh pertanyaan sesuai petunjuk pengisian dan sesuai dengan keadaan sebenarnya.
2. Pilih **satu jawaban** yang telah tersedia pada masing-masing pertanyaan sesuai dengan kondisi saudara/i dengan memberikan tanda silang (X) atau mengisi dengan tulisan saudara/i jika jawaban yang tersedia tidak sesuai dengan kondisi. Adapun petunjuk pengisiannya sebagai berikut:

Contoh:

1. Apakah Anda tahu tentang *Soft Drink*?

1. Tidak tahu
2. Sedikit tahu
- Cukup tahu
4. Sangat tahu

A. Gambaran konsumsi *soft drink*

1. *Soft drink* apa yang paling sering Anda minum? (**pilih salah satu**)

- | | |
|--|--------------------------------------|
| a. <i>Soft drink</i> rasa cola | d. <i>Soft drink</i> rasa lemon |
| b. <i>Soft drink</i> rasa stroberi | e. <i>Soft drink</i> tidak berkalori |
| c. <i>Soft drink</i> warna <i>blue</i> | f. Lainnya _____ (sebutkan) |

2. Berapa jumlah *soft drinks* yang Anda minum ? (**pilih salah satu**)

a. 1-2 botol/kaleng ukuran sedang (250-550 ml) per hari

b. 1-3 botol/kaleng ukuran sedang (250-550 ml) dalam seminggu

c. 1-3 botol/kaleng ukuran sedang (250-550 ml) dalam sebulan

d. Lainnya, **sebutkan** _____ hari/minggu/bulan/tahun (**lingkari**)

3. Berapa uang jajan Anda dalam sebulan? Rp _____

4. Berapa jumlah uang yang Anda habiskan untuk membeli *soft drink* dalam sebulan?
Rp _____

5. Biasanya kapan Anda minum *soft drinks*? (**pilih salah satu**)

a. Saat atau setelah makan d. Saat nonton di bioskop

b. Saat jajan e. Saat di pesta atau acara

c. Setelah berolahraga f. Lain-lain _____ (**sebutkan**)

6. Biasanya dimana Anda membeli *soft drinks*? (**pilih salah satu**)

a. Kantin kampus d. Supermarket/hypermarket

b. Warung atau toko e. Restoran

c. Mini market f. Lain-lain _____ (**sebutkan**)

7. Apakah di rumah Anda tersedia *soft drinks*? (**pilih salah satu**)

a. Tidak pernah tersedia c. Sering tersedia

b. Jarang tersedia d. Sangat sering tersedia

8. Apa yang **paling** Anda pertimbangkan ketika memilih *soft drinks* yang akan Anda minum? (**pilih salah satu**)

- a. Rasanya enak
- b. Kemasannya menarik
- c. Iklannya menarik
- d. Minuman dalam keadaan dingin
- e. Ingin mencoba yang baru
- f. Lain-lain _____ (**sebutkan**)

B. Pengetahuan tentang *Soft Drink*

Petunjuk Khusus Pengisian:

Pilihlah jawaban dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. B= jika Anda yakin pernyataan tersebut BENAR**
- b. S= jika Anda yakin pernyataan tersebut SALAH**

Beri tanda silang (X) pada jawaban yang menurut Anda benar

Contoh Pengisian:

No	PERNYATAAN	B	S
1	<i>Soft drink</i> merupakan salah satu jenis minuman kaleng.	X	

No	Pernyataan	B	S
1	<i>Soft drink</i> adalah minuman ringan mengandung karbondioksida		
2	Jus buah kemasan merupakan contoh dari <i>soft drink</i>		
3	Bahan pengawet, bahan yang terdapat di dalam <i>soft drink</i>		
4	<i>Soft drink</i> tidak mengandung bahan pewarna		

5	Zat yang terkandung di dalam <i>soft drink</i> yang dapat menyebabkan peningkatan risiko kegemukan : gula		
6	Akibat dari minum <i>soft drink</i> terlalu banyak adalah tinggi badan bertambah		
7	Zat-zat gizi berguna terdapat di <i>soft drink</i>		
8	Efek dari konsumsi <i>soft drink</i> menyebabkan karies/karang gigi		
9	<i>Soft drink</i> ukuran 250-330 ml mengandung energi 300-400 kkal.		
10	Efek kecanduan dan ketagihan disebabkan tegukan pertama <i>soft drink</i> sehingga timbul keinginan untuk meminum lagi		

C. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi *soft drink*

Petunjuk khusus pengisian:

Pilihlah jawaban dengan tanda X (silang), ketentuan sebagai berikut:

- a. **Sangat Setuju (SS)** = Jika sangat setuju dengan pernyataan
- b. **Setuju (S)** = Jika setuju dengan pernyataan
- c. **Tidak Setuju (TS)** = Jika tidak setuju dengan pernyataan
- d. **Sangat Tidak Setuju (STS)** = Jika sangat tidak setuju dengan pernyataan

Contoh Pengisian:

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya ingin minum <i>soft drink</i> setiap hari		X		

No	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya minum <i>soft drink</i> setelah saya melihat dan membaca iklan tentang <i>soft drink</i> di tv / media				
2	Saya tidak membeli <i>soft drink</i> jika ada undian hadiah yang besar dan menarik				
3	Saya membeli <i>soft drink</i> ketika ada diskon dari perusahaan minuman tersebut				
4	Saya menolak <i>soft drink</i> yang diberikan secara gratis atau cuma-cuma				
5	Teman saya membeli <i>soft drink</i> , kemudian saya juga ikut membeli <i>soft drink</i> .				
6	Saya lebih memilih minuman lain dibandingkan <i>soft drink</i> saat di pesta atau acara.				
7	Suatu hari teman saya membelikan saya <i>soft drink</i> maka saya meminumnya.				
8	Ketika keluarga saya minum <i>soft drink</i> , saya tidak ikut-ikutan minum <i>soft drink</i>				
9	Saat teman saya minum <i>soft drink</i> dan saya juga minum <i>soft drink</i> punya teman saya.				
10	Jika keluarga saya membelikan <i>soft drink</i> , saya tidak akan meminumnya				
11	Di hari yang panas dan saya sedang haus, saya akan memilih membeli <i>soft drink</i> dibandingkan minuman yang lain				
12	Saya tidak minum <i>soft drink</i> dalam 7 hari terakhir				
13	Pada saat acara kumpul keluarga (hari raya/lebaran, silaturahmi) menyediakan <i>soft drink</i> , saya meminumnya				
14	Saya tidak akan meminum <i>soft frink</i> walaupun di rumah saya selalu ada ketersediaan <i>soft drink</i>				

“Terima kasih atas waktu dan kesediaan Anda telah berpartisipasi menjadi responden dalam penelitian ini. Mohon diperiksa kembali kelengkapan jawaban Anda.”





UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS ILMU KEPERAWATAN

Kampus UI Depok Telp. (021)78849120, 78849121 Faks. 7864124
Email : humasfik@ui.ac.id Web Site : www.fik.ui.ac.id

Nomor : 1568 /H2.F12.D1/PDP.04.04/2012

9 April 2012

Lamp : --

Perihal : Permohonan Ijin Penelitian

Yth. Direktur
Politeknik Negeri Jakarta

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir (skripsi) bagi mahasiswa Program Studi Sarjana (S1) Fakultas Ilmu Keperawatan Universitas Indonesia (FIK UI):

Nama mahasiswa : **Muthmainnah**
NPM : **0806334142**

akan melakukan pengumpulan data penelitian dengan judul "**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Minuman Ringan Berkarbonasi pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis 2009 Politeknik Negeri Jakarta**".

Sehubungan dengan hal tersebut, bersama ini kami mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu mengizinkan mahasiswa FIK-UI tersebut untuk melakukan pengumpulan data di lingkungan **Politeknik Negeri Jakarta** pada bulan April – Mei 2012.

Atas perhatian dan ijin yang diberikan, disampaikan terima kasih.

Wakil Dekan,

Dra. Junaiti Sahar, Ph.D

NIP. 19570115 198003 2 002

Tembusan:

1. Kepala Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta
2. Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Jakarta
3. Dekan FIK UI
4. Sekretaris FIK UI
5. Manajer Pendidikan dan Riset FIK UI