

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Kepadatan penduduk Indonesia menempati urutan keempat didunia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) (2025) menyatakan bahwa jumlah penduduk Indonesia terdapat 284.438.800 juta jiwa. Pada saat ini, Indonesia sedang menempati periode bonus demografi, yang mana jumlah penduduk usia produktif yaitu 15-64 tahun mendominasi struktur nasional penduduk Indonesia. Berdasarkan Data Kependudukan Bersih (DKB) (2024) terdapat 69 % juta jiwa penduduk Indonesia yang menempati usia produktif. Adanya kondisi ini memiliki peluang positif pada pertumbuhan ekonomi Indonesia (Purwati & Prasetyanto, 2022). Besarnya tingkat populasi usia produktif sejalan dengan meningkatnya jumlah tenaga kerja terampil yang berdampak signifikan pada Produk Domestik Bruto (PDB) negara (Prasasti & Prakoso, 2020). Dengan kata lain kelompok inilah yang menjadi tulang punggung dalam peningkatan aktivitas produksi, inovasi serta pembangunan. Namun, potensi besar dari bonus demografi tidak terlepas dari tantangan eksternal yaitu iklim tropis. Sebagai negara tropis dengan intensitas paparan sinar matahari yang tinggi sepanjang tahun menyebabkan Indonesia berada pada suhu ekstrem. Suhu udara tinggi dan dikombinasikan dengan kelembaban ekstrem dapat memicu adanya *heat stress*, risiko dehidrasi serta penurunan stamina (Pambudi & Saftarina, 2019). Hal ini menyebabkan adanya penurunan performa kerja dan berdampak langsung pada produktivitas kerja dan imunitas tubuh (Dihartawan *et al.*, 2025).

Berdasarkan Laporan indeks olahraga (2023) menyatakan bahwa 77,12 persen pemuda usia 10-15 dan 83,55% usia 16-30 tahun yang termasuk dalam usia produktif berada pada kategori kebugaran jasmani dalam tingkat kurang dan kurang sekali. Rendahnya kualitas kebugaran jasmani memiliki potensi kuat untuk menurunkan daya tahan tubuh, stamina serta kemampuan dalam menjalankan aktivitas sehari hari, baik aktivitas yang berhubungan dengan kegiatan fisik maupun aktivitas kognitif yang dilakukan. Rendahnya kebugaran jasmani dipengaruhi oleh kuantitas aktivitas fisik yang dilakukan oleh setiap individu. Menurut (Nuryadi *et al.*, 2018) kegiatan fisik yang dilakukan mempengaruhi produksi hormon kortisol dalam darah, yang mana tingginya hormon kortisol dalam darah mempengaruhi kualitas seseorang dalam berpikir serta bereaksi dalam suatu kondisi.

Permasalahan ini semakin kompleks karena adanya pola hidup masyarakat Indonesia yang tidak sehat. Masyarakat Indonesia kebanyakan menganut *sedentary lifestyle*, yang mana gaya hidup ini ditandai dengan minimnya aktivitas fisik yang dilakukan. Menurut penelitian (Burhan *et al.*, 2023) prevalensi gaya hidup *sedentary* di antara orang dewasa Indonesia meningkat signifikan dari 29,8 % pada tahun 2007 menjadi 43,0 % pada tahun 2014. Penelitian ini juga menyoroti bahwa peningkatan obesitas, yang meningkat dari 25,5 % menjadi 38,9 %, sejalan dengan naiknya angka *sedentary lifestyle*, diiringi dengan bertambahnya risiko penyakit metabolik.

Adanya permasalahan Kesehatan yang semakin kompleks mempengaruhi adanya permintaan kebutuhan konsumsi suplemen vitamin. Suplemen Kesehatan merupakan suplemen yang memiliki fungsi untuk melengkapi kebutuhan gizi, serta memperbaiki fungsi kesehatan tubuh (Yani *et al.*, 2021). Menurut (Pangestika *et al.*, 2022) suplemen kesehatan mengandung berbagai bahan makronutrien berupa mineral dan vitamin yang dapat membantu memenuhi kebutuhan nutrisi tambahan bagi tubuh. Kurangnya kandungan makronutrien dalam tubuh dapat mengganggu aktivitas respon imun ketika menghadapi virus dan tubuh. Salah satu suplemen vitamin yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat yaitu suplemen vitamin C. Suplemen vitamin C merupakan suatu suplemen antioksidan yang mengandung asam askorbat (J. C. Wibawa *et al.*, 2020). Konsumsi suplemen vitamin C direkomendasikan setelah melakukan aktivitas fisik berat karena berperan sebagai antioksidan yang melindungi tubuh dari dampak stres oksidatif (Yimcharoen *et al.*, 2019). Sehingga dari penelitian ini didapatkan informasi bahwa konsumsi vitamin C dapat meningkatkan imunitas tubuh.

Hal tersebut mempengaruhi pertumbuhan permintaan produk produk suplemen vitamin C baik yang akan diedarkan maupun yang sudah berada di dalam pasar sehingga menyebabkan semakin ketatnya persaingan yang terjadi. Respon konsumen berkaitan dengan suatu produk perlu diperhatikan. Dalam kondisi tersebut, produsen suplemen vitamin C tidak hanya dituntut menghadirkan produk berkualitas, tetapi juga memahami preferensi konsumen agar mampu bersaing secara efektif. Bisnis dapat bertahan apabila menyesuaikan dengan perilaku konsumen yang memprioritaskan adanya utilitas dalam produk. Karena keputusan pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh nilai utility produk (Arniati *et al.*, 2020). Untuk penentuan atribut dan level dalam produksi suplemen

vitamin C memerlukan perhatian lebih sebelum dipasarkan dalam masyarakat luas. Sehingga produk dapat mewakili keinginan dan kebutuhan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh (I. G. A. A. D. P. Putri et al., 2021) bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan selebriti endorser internasional terhadap minat beli konsumen pada produk Nu Green Tea di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis deskriptif demografi dan cross tabulation. Variabel yang dianalisis meliputi karakteristik demografi responden, penggunaan selebriti endorser, serta minat beli konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas konsumen adalah perempuan berusia 18–20 tahun yang berdomisili di Pulau Jawa. Analisis crosstab menunjukkan bahwa seluruh responden setuju bahwa selebriti endorser internasional memengaruhi minat beli, meskipun terdapat perbedaan dalam frekuensi konsumsi dan motivasi pembelian antar kelompok responden

Penelitian lain yang juga menggunakan alat analisis crosstab dilakukan oleh (Djaswadi et al., 2017) bertujuan untuk menganalisis karakteristik dan perilaku penggunaan taxi ride sharing di Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis deskriptif dan tabulasi silang, melibatkan 171 responden yang diperoleh melalui kuesioner. Variabel yang dikaji meliputi demografi dan usage konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan usia 23–28 tahun dengan pendapatan Rp2.000.000–Rp4.000.000, serta pengeluaran kurang dari Rp100.000 per bulan untuk taxi ride sharing. Analisis crosstab menunjukkan bahwa penggunaan layanan cenderung untuk kebutuhan mendesak dan dipengaruhi oleh faktor promosi atau diskon. Secara umum, konsumen menjadikan taxi ride sharing sebagai alternatif dan sangat sensitif terhadap harga..

Sementara penelitian yang membahas mengenai suplemen vitamin C dilakukan oleh (Widyasari *et al.*, 2022) terhadap 72 responden di Tanah Bumbu menggunakan analisis multi atribut Fishbein menemukan bahwa preferensi konsumen terhadap minuman vitamin C dipengaruhi oleh kombinasi atribut seperti rasa, harga, ukuran, kemasan, serta informasi dan promosi. Kombinasi yang paling disukai adalah rasa soda, harga Rp5.700–Rp8.500, ukuran 140 ml, dan kemasan botol kaca. Atribut yang paling berpengaruh dalam keputusan pembelian adalah rasa, diikuti oleh kemasan, harga, ukuran, dan informasi/promosi.

Terdapat penelitian terdahulu yang juga membahas mengenai suplemen akan tetapi penelitian yang berfokus pada suplemen vitamin C dengan bahan dasar

alami masih sangat terbatas. Termasuk penelitian yang mengkaji preferensi suplemen vitamin C dengan sampel kelompok usia produktif dengan kebutuhan daya tahan tubuh dalam iklim tropis seperti di Indonesia yang menggunakan *cross tabulation*. Penelitian ini menjadi penting karena dapat membantu para pemangku kepentingan dalam mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi konsumen, merumuskan strategi produksi dan pemasaran yang tepat, serta meningkatkan brand awareness produk suplemen vitamin C.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu

1. Bagaimana karakteristik sosiodemografi pada preferensi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian suplemen vitamin C?
2. Bagaimana pola motivasi konsumen terhadap penggunaan suplemen vitamin C?
3. Apa atribut yang paling banyak dipilih konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian suplemen vitamin C?
4. Apakah terdapat hubungan antara karakteristik sosiodemografi dengan preferensi konsumen terhadap atribut suplemen vitamin C?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu

1. Menguraikan karakteristik sosiodemografi pada preferensi konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian suplemen vitamin C.
2. Menjelaskan pola motivasi konsumen terhadap penggunaan suplemen vitamin C.
3. Menganalisis atribut yang paling banyak dipilih konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian suplemen vitamin C.
4. Menganalisis hubungan antara karakteristik sosiodemografi dengan preferensi konsumen terhadap atribut suplemen vitamin C.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari adanya penelitian ini yaitu

1. Bagi mahasiswa, untuk memberikan pemahaman mengenai penerapan *Cross Tabulation Analysis* dalam penyusunan penelitian.
2. Bagi mahasiswa, untuk melatih kemampuan dalam menyusun instrumen penelitian, mengolah data kuantitatif, serta menarik implikasi praktis dari hasil penelitian.

3. Bagi mahasiswa, dapat dijadikan menjadi referensi ketika ingin melakukan penelitian dengan pendekatan serupa di bidang pemasaran, ekonomi, maupun kesehatan masyarakat.
4. Bagi perguruan tinggi, dapat menjadi sumber literatur akademik yang dapat memperkaya keilmuan khususnya dalam bidang riset konsumen, ekonomi, dan kebijakan publik.
5. Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian dapat memperkuat posisi perguruan tinggi sebagai pusat pengembangan riset inovatif dan berbasis bukti empiris, sehingga mendukung peningkatan reputasi akademik di tingkat nasional maupun internasional.
6. Bagi pelaku usaha, memberikan gambaran jelas mengenai preferensi konsumen terhadap atribut-atribut produk yang diteliti.
7. Bagi pelaku usaha, mampu menjadi dasar pengambilan keputusan strategis, misalnya dalam penentuan harga, formulasi produk, strategi promosi, atau inovasi layanan.
8. Bagi pelaku usaha, untuk membantu mengidentifikasi peluang pasar dan meningkatkan daya saing usaha melalui pemahaman yang lebih baik terhadap kebutuhan konsumen.