

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gaya hidup sehat adalah perilaku individu dalam mencegah dan mengurangi risiko sakit parah, serta optimalisasi seluruh aspek kehidupan yang berkontribusi pada kesejahteraan fisik, mental, sosial (D. Aulia et al., 2024). Penyakit Tidak Menular (PTM) merenggut sebesar 41 juta nyawa, atau 74% dari seluruh kematian global (Badan Kebijakan Pembangunan Kesehatan, 2024). Pola makan yang tidak sehat adalah salah satu sebab dari PTM (Hasibuan et al., 2024).

Sebesar 2,5 miliar orang dewasa sejalan *World Health Organization* mengalami kelebihan berat badan, dengan 890 juta mengalami obesitas (Astiah et al., 2025). Studi Zegeye et al., (2021) menyatakan, wanita baik mahasiswa maupun pekerja usia 15-49 tahun (31,98%) mengonsumsi makanan tidak sehat. Sejalan penelitian Gunarsih et al., (2021) wanita mengalami obesitas sebesar 15%, dibanding laki-laki yaitu 11%. Di Indonesia, usia di atas 18 tahun mendapatkan kelebihan berat badan yang meningkat sampai 33,5% dari 28,7%, sementara obesitas dari 15,4% menjadi 20,7% dalam kurun tiga tahun terakhir.

Obesitas dan diabetes sering dihubungkan pada pola makan kurang sehat, yang mendorong konsumen lebih bijak memilih makanan dan menjadi peluang bagi industri makanan sehat cepat saji (Daryana et al., 2025). Masyarakat Indonesia sadar mengenai pentingnya gaya hidup sehat, yang mana menjadi faktor utama dalam pergeseran pola konsumsi makanan, khususnya pada kalangan masyarakat urban serta generasi muda (Zahid et al., 2024). Perubahan pola konsumsi ini terwujud dalam keputusan pemilihan produk makanan (Food and Agriculture Organization of the United States, 2022). Kondisi ini memicu berkembangnya berbagai produk camilan sehat di pasar, salah satunya produk dari PT Amerta Indah Otsuka yaitu Soyjoy.

Soyjoy merupakan makanan ringan berbahan dasar kedelai yang mengandung protein serta bermanfaat sebagai penunjang gaya hidup aktif (Ali et al., 2024). Standar *American Diabetes Association* dan *American Dietetic Association* dalam *Exchange Lists for Meal Planning*, pada setiap satu buah Soyjoy sebanding dengan satu pertukaran karbohidrat, protein dan lemak (Cho et al., 2024). Satu produk Soyjoy mengandung sekitar 15 gram karbohidrat, 7 gram protein dan sebesar 5 gram lemak (Frequently Asked Question SOYJOY, 2019). Informasi tersebut menyatakan bahwa Soyjoy memiliki kandungan gizi seimbang, dapat dijadikan sebagai alternatif camilan bergizi, sehat, serta bermanfaat dalam

pengaturan diet maupun penderita diabetes. Maka, implementasi Soyjoy sebagai objek penelitian ini perlu dilakukan, mengingat produk ini adalah makanan sehat, mampu digunakan sebagai proses diet dan aman untuk penderita diabetes.

Membeli produk Soyjoy dapat ditentukan berdasarkan beberapa faktor. Dalam penelitian ini, harga tidak secara percuma digunakan sebagai media pertukaran, namun lebih lanjut didukung sebagai elemen kualitas produk yang dipandang oleh konsumen. Penelitian Adwimurti & Sumarhadi, (2023) menunjukkan konsumen umumnya mengaitkan bahwa harga tinggi memiliki kualitas baik, serta rendahnya harga didukung kualitas yang rendah. Dengan citra produk Soyjoy, konsumen memandang bahwa kualitas serta harga pada produk Soyjoy yang tersedia di pasar seharusnya memiliki relevansi yang baik. Maka itu, harga dan kualitas produk penting digunakan pada penelitian ini untuk mengetahui penilaian konsumen wanita mengenai tinggi atau rendahnya harga Soyjoy menggambarkan kualitas produk yang sebanding dalam memutuskan pembelian.

Penelitian Li et al., (2024), konsumen sering dihadapkan bahwa makanan sehat relatif kurang enak. Sehingga, penggunaan cita rasa digunakan sebagai penilaian terkait pertimbangan konsumen wanita dalam memutuskan pembelian. Sejalan dengan kandungan gizi juga menjadi faktor penentu pembelian camilan sehat oleh konsumen. Maka, penggunaan variabel harga, kualitas produk, cita rasa, dan kandungan gizi penting untuk dianalisis korelasinya terhadap keputusan pembelian produk Soyjoy oleh konsumen wanita.

Penelitian Ambar Azizah et al., (2022) hanya fokus pada citra merek, kualitas produk, dan harga dalam memutuskan pembelian makanan sehat (yoghurt). Begitu juga, penelitian Munawaroh et al., (2024) hanya membahas persepsi harga dan cita rasa terhadap keputusan pembelian makanan. Namun, yang menjadi kesenjangan penelitian ini yaitu belum ada pembahasan terkait pengaruh kandungan gizi terhadap keputusan pembelian camilan sehat. Terlebih lagi, belum ada penelitian menyoroti penggunaan produk Soyjoy oleh perspektif wanita yang cenderung lebih sadar pola hidup sehat (diet), serta pemanfaatan analisis SEM-PLS.

Penelitian Karwur et al., (2023) menyatakan wanita lebih berisiko terkena diabetes, ini disebabkan wanita lebih menyukai camilan manis. Dengan demikian, penelitian mengenai pengaruh harga, kualitas produk, cita rasa, dan kandungan gizi terhadap keputusan pembelian produk Soyjoy menjadi penting dan mendesak. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam

mengetahui faktor utama dalam memilih camilan sehat oleh konsumen wanita dewasa produktif yang cenderung rentan terhadap PTM.

Berbeda dengan penelitian Rosyidi et al., (2023) yang menekankan mengenai harga, cita rasa, lokasi, promosi, serta kualitas produk dengan keputusan pembelian adalah variabel moderasi, sehingga tidak ada membahas mengenai faktor kandungan gizi. Begitu juga penelitian Müller-Pérez et al., (2025) yang membahas faktor sikap, *perceived purchase control*, *health conscience*, *willingness to pay*, dan price terhadap *healthy purchase*. Penelitian tersebut belum spesifik menelaah harga, kualitas produk, cita rasa, serta kandungan gizi sebagai faktor pengaruh keputusan pembelian, khususnya dari perspektif konsumen wanita yang cenderung mempertimbangkan kandungan gizi dalam memilih makanan. Sehingga, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor penentu dalam memutuskan pembelian produk Soyjoy sebagai camilan sehat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh harga, kualitas produk, cita rasa, dan kandungan gizi terhadap keputusan pembelian produk Soyjoy?
2. Faktor apa yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, cita rasa dan kandungan gizi terhadap keputusan pembelian produk Soyjoy oleh konsumen wanita.
2. Menganalisis faktor yang memiliki signifikansi tinggi dalam melakukan keputusan pembelian produk Soyjoy.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari dilakukannya penelitian ini, yaitu:

1. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang kewirausahaan seperti pemasaran serta perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.
2. Menjadi rujukan akademis penelitian selanjutnya dalam mengembangkan model analisis keputusan pembelian dengan variabel lain yang relevan.
3. Menyediakan informasi bagi pelaku usaha makanan sehat mengenai faktor penentu pembelian produk oleh konsumen wanita, sehingga dapat digunakan dalam penyusunan strategi pemasaran.