

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menteri Perindustrian, Airlangga Hartarto, mengatakan bahwa pertumbuhan dalam bidang industri makanan dan minuman di Indonesia terus meningkat. Sebagai contohnya di Indonesia dalam industri makanan dan minuman telah mengalami peningkatan sebesar 9,23% pada tahun 2017, dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang hanya sebesar 8,46% (Yasmin, 2018). Melalui data tersebut dapat dikatakan bahwa bisnis minuman di Indonesia mengalami pertumbuhan setiap tahunnya, hal ini mengakibatkan sebagian produsen semakin meminati bisnis yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman. Dengan demikian maka produsen semakin dituntut untuk dapat menarik dan mempertahankan konsumennya agar dapat bertahan dalam perkembangan dunia bisnis yang ada. Ada beberapa hal yang dapat dilakukan produsen untuk menaikkan niat pembelian terhadap produknya, salah satunya adalah dengan menganalisis gaya hidup dan sikap dari target market atau target konsumen mereka.

Proses membeli diawali saat konsumen menyadari adanya masalah kebutuhan, hal tersebut akan membuat konsumen menyadari adanya perbedaan antara kondisi sesungguhnya dengan kondisi yang diinginkannya, sehingga menghasilkan sebuah keputusan untuk membeli. Keputusan konsumen inilah disadari dengan adanya niat untuk melakukan pembelian. Niat beli adalah kegiatan atau perilaku seseorang yang timbul melalui responnya sehingga menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian pada sebuah obyek (Kotler, 2016). Niat beli atau *purchase intention* adalah evaluasi yang berasal pada sikap seseorang terhadap produk dengan melihat faktor eksternal, sehingga akan mengakibatkan kesediaannya untuk melakukan pembelian pada produk atau jasa dengan merek tertentu (Wen and Li, 2013)

Kesehatan itu mahal harganya sehingga tidak seorangpun yang ingin sakit. Tetapi, seringkali penyakit datang dengan tiba-tiba hanya karena manusia lalai menjaga kesehatan. Tanpa disadari, terkadang pola hidup sehari-hari dapat menyebabkan seseorang jatuh sakit. Salah satunya adalah dengan salah mengkonsumsi makanan/minuman yang tidak sehat, tinggi gula atau mengandung tambahan-tambahan bahan kimia seperti pengawet dan pewarna.

No.	Sehat	Tidak Sehat
1	Mengonsumsi makanan dengan gizi seimbang	Mengonsumsi makanan apa saja yang penting enak dan cepat saji
2	Mengonsumsi makanan berserat tinggi, sayuran dan buah segar setiap hari	Jarang mengonsumsi makanan berserat tinggi, sayuran dan buah segar setiap hari (Hanya kalau ingat)
3	Menghindari makanan yang mengandung banyak lemak, gula atau garam	Suka mengonsumsi makanan yang mengandung banyak lemak, gula atau garam
4	Mengonsumsi susu/produk sari susu setiap hari	Kadang-kadang, kalau ingin saja mengonsumsi susu/produk dari susu
5	Tenang dan berfikir positif	Pikiran gampang stress dan mudah pusing
6	Berat badan dalam batas normal	Berat badan lebih atau kurang dari berat badan ideal
7	Olahraga teratur	Kadang-kadang olahraga, jika mau, atau sama sekali tidak berolahraga
8	Cukup istirahat	Banyak lembur dan keluar malam
9	Minum air putih 1.5-2 liter per hari	Lebih suka minum kopi/the daripada air putih

Tabel 1.1 Pola Hidup Sehat

10	Tidak merokok	Banyak merokok
----	---------------	----------------

Sumber : Kemendiknas, 2010

Dari data Tabel 1.1 mengenai pola hidup sehat, salah satu cara menjaga pola hidup sehat adalah dengan mengkonsumsi bahan makanan yang bergizi seimbang, berserat tinggi, menghindari makanan yang banyak mengandung gula, dan mengkonsumsi susu setiap hari. Oleh karena itu Milly Malty sendiri merupakan produk minuman susu yang sehat karena berbahan dasar kacang almond, barley, dan gandum.

Susu yang berbahan dasar almond memiliki banyak manfaat dibandingkan produk susu lainnya seperti susu sapi dan susu kedelai. Pada tahun 2015 majalah Time membuat sebuah polling yang melibatkan 5 ahli kesehatan tentang pandangan mereka terhadap manfaat susu almond. 4 dari 5 ahli kesehatan tersebut setuju kalau susu almond memiliki manfaat lebih dan mengandung banyak nutrisi yang tidak dimiliki oleh susu lain. Beberapa diantaranya adalah menyehatkan jantung, membantu menurunkan berat badan, menguatkan tulang, hingga dapat mengurangi resiko diabetes. Belum lagi tambahan manfaat dari bahan dasar lainnya yaitu barley dan gandum (Satria Perdana, 2021)

Gaya hidup merupakan salah satu aspek yang esensial di era modern ini. Gaya hidup dapat menggambarkan perilaku seseorang tentang bagaimana menggunakan uang dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Oleh karena itu para pemasar dapat menggunakan konsep gaya hidup sebagai faktor yang lebih dekat dalam mempengaruhi perilaku, keputusan pembeliannya/sikap seseorang terhadap pembelian suatu barang/produk. (Sutisna, 2013:145)

Gaya hidup, seperti dijelaskan sebelumnya dapat memunculkan sikap positif bagi seorang individu dalam memilih/membeli makanan dan minuman yang

ia konsumsi. (Sangadji dan Sopiah 2013) Sedangkan sikap dapat didefinisikan sebagai kecenderungan untuk bertindak dengan cara yang menguntungkan atau tidak menguntungkan secara konsisten terkait dengan obyek tertentu (Schiffman dan Kanuk, 2010). Sikap mengacu pada sejauh mana seseorang memiliki evaluasi atau penilaian yang baik dan buruk terhadap sesuatu. Oleh karena itu Milky Malt akan lebih banyak meng *hi-light* kelebihan dari produk yang ditawarkan, sehingga konsumen akan dapat memiliki keyakinan dan penilaian yang positif terhadap Milky Malt, yaitu sebagai produk minuman susu yang sehat dan tinggi serat serta memiliki banyak manfaat bagi tubuh mereka.

Beberapa konsep seperti teori tindakan perilaku terencana menjelaskan bahwa sikap merupakan prediktor yang akurat bagi perilaku melalui variabel niat (Wijaya, 2017). Sikap juga merupakan komponen utama bagi pembentukan niat pembelian. Sikap terbentuk dari dua komponen utama yaitu keyakinan dan evaluasi. Semakin positif keyakinan dari individu, maka akan semakin positif juga sikap individu tersebut, demikian juga sebaliknya. Evaluasi atau penilaian individu dapat bersifat positif atau negatif saat menampilkan atau tidak menampilkan perilaku tertentu. Semakin positif sikap terhadap minuman sehat berserat tinggi seperti Milky Malt maka semakin tinggi juga niat beli terhadap produk tersebut.

Dari semua fenomena di atas, obyek penelitian yang hendak diteliti merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang Food and Beverage yang bernama “Milky Malt”. Milky Malt sendiri berasal dari kata milk yang berarti susu dan malt yang berarti biji-bijian, dikarenakan milky malt merupakan jenis minuman sehat berbahan dasar susu yang menggunakan biji-bijian/kacang-kacangan sebagai bahan dasarnya. Milky Malt ini nantinya akan didirikan dengan konsep minuman sehat kekinian yang meskipun sehat tapi tetap memiliki rasa yang enak. Milky Malt juga merupakan minuman yang dapat menjadi pilihan substitusi dengan

menggantikan konsumsi susu pada orang yang alergi terhadap susu sapi/laktosa karena bahan dasarnya berasal dari biji-bijian.

Milky Malt juga ingin agar konsumen dapat sadar akan pentingnya mengkonsumsi minuman yang sehat yang tinggi serat, protein dan kaya nutrisi. Tentunya dengan proses produksi yang benar, bersih dan harga yang terjangkau. Untuk menjawab masalah-masalah terkait informasi nutrisi dan ketersediaan produk, Milky Malt juga akan lebih gencar dalam mengiklankan produk melalui ads dan *marketplace* agar semakin banyak orang dapat lebih teredukasi dalam memilih produk minuman yang sehat dan aman untuk dikonsumsi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Peran Sikap dalam Memediasi Gaya Hidup Sehat Terhadap Niat Pembelian Produk Milky Malt”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat ditarik beberapa rumusan masalah yaitu:

1. Apakah gaya hidup sehat berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian produk Milky Malt?
2. Apakah gaya hidup sehat berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen pada produk Milky Malt?
3. Apakah sikap berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian produk Milky Malt?
4. Apakah gaya hidup sehat berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian melalui sikap konsumen produk Milky Malt?

1.3 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, agar permasalahan tidak semakin meluas dan karena banyaknya keterbatasan, maka diperlukan batasan masalah. Penelitian ini lebih fokus mengkaji mengenai pengaruh gaya hidup sehat dan sikap konsumen terhadap niat pembelian produk Milky Malty.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup sehat terhadap niat pembelian produk Milky Malty.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup sehat terhadap sikap konsumen pada produk Milky Malty.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sikap terhadap niat pembelian produk Milky Malty.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah gaya hidup sehat berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian melalui sikap konsumen produk Milky Malty

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam penulisan laporan Skripsi ini dikemukakan beberapa manfaat, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Bagi mahasiswa yang mengambil jurusan kewirausahaan, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi mengenai pengaruh gaya hidup sehat dan sikap konsumen terhadap niat pembelian produk Milky Malty.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa masukan dan pengetahuan kepada para pelaku usaha, khususnya di bidang minuman sehat agar dapat mengetahui dan menambah wawasan serta pemahaman berkaitan dengan gaya hidup sehat, sikap konsumen dan niat beli makanan/minuman sehat.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun dengan susunan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisikan mengenai latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup dan batasan penelitian; tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini berisikan mengenai penelitian terdahulu, landasan teori, hubungan antar variabel, kerangka atau model konseptual, dan hipotesis.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan mengenai desain penelitian, obyek penelitian, populasi dan sampel; metode pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional; statistik deskriptif, dan pengujian kualitas data.

BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan mengenai penyebaran dan pengembalian kuesioner; gambaran umum responden, hasil pengujian kualitas data, dan pembahasan.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan mengenai kesimpulan, saran, dan keterbatasan penelitian.