

**HUBUNGAN KARAKTERISTIK DEMOGRAFI PEKERJA
DENGAN PERSEPSI DAN FREKUENSI KONSUMSI
MINUMAN SUPLEMEN DI KOTAMADYA BOGOR**

Oleh

ARI WIJAYATI

A. 301695



JURUSAN GIZI MASYARAKAT DAN SUMBERDAYA KELUARGA

FAKULTAS PERTANIAN

INSTITUT PERTANIAN BOGOR

1997

RINGKASAN

ARI WIJAYATI. Hubungan Karakteristik Demografi Pekerja dengan Persepsi dan Frekuensi Konsumsi Minuman Suplemen di Kotamadya Bogor. (Dibawah bimbingan UJANG SUMARWAN dan IKEU TANZIHA).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik demografi, pola konsumsi, motivasi dan persepsi mengenai manfaat minuman suplemen pada pekerja, mengetahui hubungan antara karakteristik demografi dan persepsi, dan mengetahui hubungan antara karakteristik demografi dan frekuensi konsumsi.

Penelitian ini dilaksanakan di Kotamadya Bogor, dari bulan Maret sampai April 1997. Responden dari penelitian adalah pekerja dewasa yang mengkonsumsi minuman suplemen minimal 2 kali per bulan pada 1 bulan terakhir. Data yang dikumpulkan merupakan data primer yang diperoleh dari wawancara langsung menggunakan kuesioner. Analisis data dilakukan secara deskriptif, pada data mengenai karakteristik individu, pola konsumsi, persepsi, motivasi dan sikap responden. Untuk mengetahui hubungan antara karakteristik demografi dengan persepsi dan frekuensi konsumsi digunakan uji khi-kuadrat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa minuman suplemen banyak dikonsumsi oleh pekerja pada selang usia 26 - 30 tahun (29.3%), berjenis kelamin pria (84%), memiliki tingkat pendidikan SMA (51.3%), sudah menikah (74%), dan berpendapatan < Rp. 600.000 per bulan (78.6%) dengan jam kerja 8 - 10 jam sehari.

Merek minuman suplemen yang paling banyak dikonsumsi adalah Krating daeng (83.3%) dengan alasan rasa yang enak (34%). Frekuensi konsumsi rata-rata 10 botol per bulan, dengan persentase terbesar pada selang 2 - 5 botol per bulan (44.7%). Minuman suplemen paling banyak dikonsumsi pada saat letih (74%) dengan pengeluaran rata-rata untuk minuman suplemen per bulannya Rp. 17.900,-. Konsumen suka membanding-bandingkan merek-merek minuman suplemen yang beredar di pasar, dan merek yang paling sering dibandingkan adalah Krating daeng dan M-150.

Motivasi utama konsumen dalam mengkonsumsi minuman suplemen adalah untuk kesehatan (52%), diikuti dengan motivasi kebugaran (28%). Sikap konsumen terhadap klaim minuman suplemen yang paling sering muncul adalah percaya sebesar 57.3%, sedangkan 88.7% konsumen menganggap produk ini bermanfaat bagi kesehatan dan 89.3% menganggap bermanfaat bagi kebugaran tubuh.

Persepsi atau anggapan konsumen tentang minuman suplemen berhubungan dengan jenis kelamin dan tempat bekerja konsumen, sedangkan tingkat pendidikan dan pendapatan sedikit berhubungan dengan persepsi tentang manfaat minuman suplemen. Status dan usia konsumen sama sekali tidak berhubungan dengan persepsi tentang manfaat minuman suplemen.

Frekuensi konsumsi minuman suplemen konsumen tidak berhubungan dengan persepsi terhadap minuman suplemen. Frekuensi berhubungan dengan usia responden, sedangkan pekerjaan, pendidikan, status dan jenis kelamin sedikit berhubungan dengan frekuensi konsumsi. Pendapatan sama sekali tidak berhubungan dengan konsumsi minuman suplemen.

HUBUNGAN KARAKTERISTIK DEMOGRAFI PEKERJA
DENGAN PERSEPSI DAN FREKUENSI KONSUMSI
MINUMAN SUPLEMEN DI KOTAMADYA BOGOR

Skripsi

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian
Institut Pertanian Bogor

Oleh

ARI WIJAYATI

A. 301695

JURUSAN GIZI MASYARAKAT DAN SUMBERDAYA KELUARGA
FAKULTAS PERTANIAN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
1997

Judul : HUBUNGAN KARAKTERISTIK DEMOGRAFI
PEKERJA DENGAN PERSEPSI DAN FREKUENSI
KONSUMSI MINUMAN SUPLEMEN
DI KOTAMADYA BOGOR

Nama Mahasiswa : ARI WIJAYATI

Nomor Pokok : A. 301695

Menyetujui :

Dosen Pembimbing I



Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc.
NIP. 131578791

Dosen Pembimbing II



Ir. Iku Tanziha, M.S.
NIP. 131628329

Mengetahui



Palaksana Harian
Ketua Jurusan GSMK


Ani Khomsan, M.S.
NIP. 131402218

Tanggal Lulus : 3 September 1997