

Faktor-faktor yang berhubungan dengan preferensi minuman sebelum pandemi COVID-19 pada mahasiswa/I S1 Reguler FEB UI Angkatan 2017 tahun 2021 = Factors Associated with Beverage Preferences before the COVID-19 Pandemic in 2017 Batch of FEB UI Students in 2021

Avissa Nur Sakina, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920533992&lokasi=lokal>

Abstrak

Preferensi terhadap minuman berpemanis di Indonesia saat ini masih tergolong tinggi. Dewasa muda merupakan salah satu usia yang rentan untuk mengembangkan preferensi minuman berpemanis, tetapi masih sedikit penelitian terkait populasi tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk melihat gambaran preferensi minuman sebelum pandemi COVID-19 dan faktor apa saja yang dapat memengaruhi preferensi minuman pada mahasiswa S1 Reguler Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia, Angkatan 2017. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan studi potong lintang dan metode *purposive sampling*. Pengambilan data dilakukan pada bulan Juni 2021 kepada 107 mahasiswa melalui pengisian kuesioner pengisian mandiri secara daring. Hasil penelitian menunjukkan sebanyak 52.3% responden memiliki preferensi terhadap minuman berpemanis dan sisanya memiliki preferensi terhadap minuman tidak manis (47.7%). Analisis bivariat juga menunjukkan terdapat hubungan antara pengaruh atribut sensoris minuman (*p value* = 0.003) dan paparan iklan oleh tokoh media massa (*p value* = 0.040) dengan preferensi minuman berpemanis. Penelitian ini menyarankan untuk memperbanyak informasi kesehatan terkait minuman berpemanis kepada masyarakat, pengencaran penjualan minuman tidak manis yang sehat, dan juga penggunaan media sosial untuk menarik kelompok dewasa muda.

.....The preference of sugar-sweetened beverages is relatively high in Indonesia. Young adults are one of the highly susceptible age to develop the SSBs preference, but little is known about the research of their population. This study aims to examined the overview of beverage preferences before COVID-19 pandemic and factors that might affect the beverage preferences on 2017 batch, bachelor students of Faculty of Economic and Business Universitas Indonesia. This study is a quantitative research with a cross-sectional design and uses *purposive sampling* methods. Data collection was conducted on June 2021 with a total of 107 respondents using an online self-administered questionnaire. The results showed that 52.3% respondent had a high level of preference towards sugar-sweetened beverages, and the remaining of respondents had a preference for unsweetened beverages (47.7%). Bivariate analysis also showed significant results between the influence of sensory attribute of beverages (*p value* = 0.003) and exposure to advertisements by social media figures (*p value* = 0.040) with the preference of sugar-sweetened beverages. This study suggests to various parties to increase health-information especially related to sugar sweetened beverages to the public, intensify sales of unsweetened healthy beverages, and also consider the use of social media to attract young adults.

Key words: beverage preferences, sugar-sweetened beverages, young adults, sensory attributes, social media.