



**ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM  
MEMILIH PRODUK MULTIVITAMIN PADA MASA  
PASCA PANDEMI COVID-19  
DI WILAYAH JABODETABEK**



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2023**



**ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM  
MEMILIH PRODUK MULTIVITAMIN PADA MASA  
PASCA PANDEMI COVID-19  
DI WILAYAH JABODETABEK**

**TESIS**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan  
Program Studi Magister Manajemen

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**DIPO PRAYOGA  
55120120066**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
2023**

## **ABSTRACT**

*The decline in consumer purchasing interest towards multivitamin products during the post-pandemic COVID-19 period is accompanied by a significant reduction in the market value of multivitamins, amounting to 52% in July 2022 compared to July 2021. This research aims to explore and examine the influence of perceived behavior control (PBC), health consciousness, trust, subjective norms on purchase intention, with attitude as the intervening variable. This study utilized a sample of 182 respondents and employed the Structural Equation Model-Partial Least Squares (SEM-PLS) data analysis approach. The results revealed that attitude has a direct influence on consumer purchase intention towards multivitamin products. Subjective norms were found to have the highest direct influence on the formation of attitudes towards multivitamin products. The findings of this research can provide insights to the pharmaceutical industry regarding the importance of re-establishing communication with consumers regarding the use of multivitamins in the post-pandemic period, through collaboration with healthcare professionals (HCPs) and key opinion leaders.*

*Keywords: Theory Plan Behavior (TPB), Purchase Intention, Multivitamins, Attitudes, Subjective Norms, Consumer Trust*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRAK

Penurunan minat beli masyarakat terhadap produk multivitamin pada masa pasca pandemic covid 19 disertai dengan penurunan market value multivitamin mencapai 52% pada bulan Juli 2022 vs Juli 2021. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh perceive behaviour control (PBC), kesadaran kesehatan, kepercayaan, norma subjektif terhadap minat beli dengan intervening variabel sikap. Sampel penelitian ini sebanyak 182 responden, metode analisis data menggunakan Structural Equation Model-Partial Least Square (SEM-PLS). Didapatkan hasil bahwa sikap berpengaruh langsung terhadap minat beli konsumen pada produk multivitamin. Norma subjektif memiliki pengaruh langsung tertinggi terhadap pembentukan sikap terhadap produk multivitamin. Temuan penelitian ini dapat memberikan pandangan kepada industry farmasi bahwa pentingnya melakukan komunikasi kembali kepada konsumen penggunaan multivitamin pada masa pasca pandemic dengan berkolaborasi dengan professional kesehatan (HCP) serta key opinion leader.

Kata Kunci: Teori Plan Behaviour, Minat Beli, Multivitamin, Sikap, Norma Subjektif, Kepercayaan konsumen, Multivitamin



## LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Keputusan Konsumen Dalam Memilih Produk Multivitamin pada masa Pasca Pandemi Covid 19 di Jabodetabek

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Dipo Prayoga

NIM : 55120120066

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 28 Agustus 2023

Mengesahkan  
Pembimbing

UNIVERSITAS  
MERCUBUANA

Dr. Sri Hartono, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Magister Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, MSi, Ak

Dr. Lenny C. Nawangasari, MM

## LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Analisis Keputusan Konsumen Dalam Memilih Produk Multivitamin pada masa Pasca Pandemi Covid 19 di Jabodetabek

Bentuk Tesis : Penelitian

Nama : Dipo Prayoga

NIM : 55120120066

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 20 Agustus 2023

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 2023

  
Dipo Prayoga

## PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Dipo Prayoga  
NIM : 55120120066  
Program Studi : Magister Manajemen

dengan judul

“Analisis Keputusan Konsumen Dalam Memilih Produk Multivitamin pada masa Pasca Pandemi Covid 19 di Jabodetabek.”,

telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 17 Juli 2023 didapatkan nilai persentase sebesar 19 %.

UNIVERSITAS  
MERCUBUANA

Jakarta, 17 Juli 2023  
Administrator Turnitin

  
Arie Pangudi, A.Md

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan judul “Analisis Keputusan Konsumen Dalam Memilih Produk Multivitamin pada masa Pasca Pandemi Covid 19 di Jabodetabek”. Tesis merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Dr. Sri Hartono, MM selaku dosen pembimbing tesis yang telah memberikan waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya Tesis ini. Penyusunan Tesis ini juga tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tesis ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir Andi Andriansyah, M.Eng, Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, MSi, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana
3. Dr. Lenny C. Nawangasari, MM, selaku Ketua Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Agus Ariyanto, MM selaku ketua penguji ujian akhir Tesis.
5. Dudi Permana, Ph.D selaku dosen penguji ujian akhir Tesis
6. Teristimewa keluarga tercinta yang telah memberikan semangat dan doa

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.



## DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i> .....	i
ABSTRAK .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
PERNYATAAN SIMILARITY.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.3 Rumusan Masalah Penelitian.....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA &amp; PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>11</b>
2.1 Kajian Teori .....	11
2.2 Penelitian Terdahulu .....	30
2.3 Pengembangan Hipotesis .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
3.1 Desain Penelitian .....	38
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	38
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	41
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	42
3.5 Metode Analisis Data.....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
4.2 Hasil Penelitian .....	50
4.3 Pembahasan.....	63
<b>BAB V SIMPULAN &amp; SARAN .....</b>	<b>72</b>
5.1. Kesimpulan.....	72
5.2. Saran .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>82</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Total Merek Produk Multivitamin Q1 2019- Q1 2021 .....	2
Tabel 1.2. Top 10 Merek Multivitamin, Market Share, and Growth .....	3
Tabel 1.3. Pra Survei Terkait Faktor Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Multivitamin .....	6
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel .....	39
Tabel 3.2. Jumlah Responden .....	41
Tabel 4.1. Karakteristik Responden .....	49
Tabel 4.2. Nilai Loading Factor .....	52
Tabel 4.3. Nilai Discriminant Validity (Fornell-Larcker Criterion) dan Akar Average Variance Extracted .....	53
Tabel 4.4. Nilai Cross Loading .....	54
Tabel 4.5. Nilai HTMT .....	55
Tabel 4.6. Nilai Composite Reliability .....	56
Tabel 4.7. Nilai Cronbach's Alpha .....	57
Tabel 4.8. Nilai R <sup>2</sup> .....	57
Tabel 4.9. Hasil Pengujian Q <sup>2</sup> .....	58
Tabel 4.10. Nilai f <sup>2</sup> .....	59
Tabel 4.11. Collinearity Statistics (Inner VIF Values) .....	59
Tabel 4.12. Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung .....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. PDB Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional Q1 2020-Q1 2022 .....	1
Gambar 1.2. Trend Market Value Produk Multivitamin Jan 2020 – Juli 2022 .....	3
Gambar 1.3. Trend Market Value Produk Multivitamin Berdasarkan Chanel Penjualan Juli 2021 – Juli 2022 .....	4
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran .....	37
Gambar 4.1. Perancangan Inner Model.....	50
Gambar 4.2. Perancangan Outer Model.....	51
Gambar 4.3. Hasil Loading Factor .....	52
Gambar 4.4. Hasil Analisis Bootstrapping PLS .....	61



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	79
Lampiran 2. Rekapitulasi Jawaban Responden.....	84

