

Pengaruh Kesadaran Kesehatan Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Beli Pada Produk *Menstrual PAD* (Studi Pada Tenaga Kerja Kesehatan Perempuan Di Puskesmas Pomalaa)

Nurul Khairunnisa Ar-Rahmah

Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sembilanbelas November Kolaka

Almansyah Rundu Wonua

Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sembilanbelas November Kolaka

Ismanto Ismanto

Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sembilanbelas November Kolaka

Korespondensi penulis: nurulkhairunnisa.ar@gmail.com

Abstract: *This study aims to determine: (1) The Effect of Health Awareness on Buying Interest in Menstrual Pad Products (Study on female health workers at the Pomalaa Health Center). (2) The Effect of Product Knowledge on Buying Interest in Menstrual Pad Products (Study on female health workers at the Pomalaa Health Center). This research uses a quantitative method approach. Data collection in this study used observation and questionnaires. The population of this study were all female health workers at the Pomalaa Health Center. While the sample of this study amounted to 62 female health workers by determining the sample using purposive sampling technique. Testing of research instruments using validity test and reliability test with SPSS 25.0. The data analysis technique used in this research is Structural Equation Modeling (SEM) based on Partial Least Square (PLS) through measurement model testing (outer model) and structural model testing (inner model) with Smart PLS 4.0. Based on the results of the study, it is known that the Health Awareness variable has a positive and significant effect on Purchase Intention as indicated by the P-Values value of 0.000. And the Product Knowledge variable also has a positive and significant effect on Purchase Intention, this is indicated by the P-Values value of 0.000.*

Keywords: *Health Awareness, Product Knowledge, And Purchase Intention*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh Kesadaran Kesehatan terhadap Minat Beli pada Produk Menstrual Pad (Studi Pada tenaga kerja kesehatan perempuan di Puskesmas Pomalaa). (2) Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Minat Beli pada Produk Menstrual Pad (Studi Pada tenaga kerja kesehatan perempuan di Puskesmas Pomalaa). Penelitian ini menggunakan pendekatan dengan metode kuantitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi dan kuesioner. Populasi penelitian ini adalah seluruh tenaga kerja kesehatan perempuan di Puskesmas Pomalaa. Sedangkan sampel penelitian ini berjumlah 62 orang tenaga kerja kesehatan perempuan dengan penentuan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Pengujian instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dengan SPSS 25.0. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Structural Equation Modeling (SEM) berbasis Partial Least Square (PLS) melalui uji measurement model (outer model) dan pengujian model struktural (inner model) dengan Smart PLS 4.0. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel Kesadaran Kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli yang ditunjukkan dengan nilai P-Values sebesar 0.000. Serta variabel Pengetahuan Produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perawat hal ini ditunjukkan dengan nilai P-Values sebesar 0.000.

Kata Kunci: Kesadaran Kesehatan, Pengetahuan Produk, dan Minat Beli

LATAR BELAKANG

Saat ini pola konsumsi masyarakat telah mulai beralih ke arah konsumsi sehat dan ramah lingkungan. Hal ini dapat dilihat dari mulai besarnya perhatian masyarakat terhadap keamanan produk yang mereka konsumsi baik secara langsung maupun tidak langsung. Salah satu *concern* utama yang mulai muncul khususnya pada kaum perempuan adalah pada pemilihan produk kewanitaan seperti pembalut wanita yang aman dan tidak membahayakan kesehatan pada penggunaan jangka panjang. *Concern* ini muncul seiring dengan banyaknya resiko kesehatan organ reproduksi yang ditimbulkan oleh pembalut wanita sekali pakai (Zamani dkk., 2013).

Pemilihan produk pembalut yang kurang tepat dapat menjadi dampak yang cukup beresiko bagi kesehatan tubuh kaum perempuan seperti kanker *serviks*. Menurut riset WHO, Indonesia merupakan negara kedua di dunia setelah Cina yang memiliki penderita kanker serviks terbanyak dimana 62% diantaranya diakibatkan oleh penggunaan pembalut yang kurang berkualitas (WHO, 2013). Wijayanti dkk., (2018) dalam penelitiannya menemukan bahwa kandungan pemutih atau pewangi buatan yang terdapat pada pembalut beresiko pada alergi dan memicu keputihan abnormal serta radang, iritasi dan infeksi. Selain itu, masih pada penelitian yang sama ditemukan bahwa terdapat 107 bakteri per milimeter persegi ditemukan di atas pembalut.

Penelitian Julina (2012) menemukan bahwa pembalut sekali pakai mengandung zat dioxin yang sangat membahayakan kesehatan tubuh, khususnya organ reproduksi wanita. Implikasi negatif yang ditimbulkan yaitu kanker serviks atau leher rahim, endometiosis (penebalan dinding rahim), vaginitis atau infeksi vagina, sulit memiliki keturunan, keputihan, tumor organ reproduksi, haid tidak teratur dan PMS atau *pre menstruation syndrome*. Di samping itu, *Women's Voices for The Health* melaporkan bahwa pembalut juga mengandung empat zat kimiawi yang berbahaya, yaitu *acetone* yang memicu iritasi, *styrene* yang memicu kanker, *Chloromethane* yang memicu gangguan syaraf dan reproduksi, dan *Chloroethane* yang memicu gangguan kanker dan otot (Salsabila, 2019).

Berbagai konsekuensi atau resiko kesehatan dari penggunaan pembalut sekali pakai yang terkesan praktis ini mendorong banyak perempuan untuk beralih menggunakan produk pembalut kain (*menstrual pad*) yang lebih aman bagi kesehatan dan juga ramah lingkungan (Puspitasari dkk., 2021). *Menstrual pad* merupakan produk pembalut kain ramah lingkungan yang dilapisi kain katun dengan pewarna alami pada lapisan luar dengan motif menarik. Lapisan dalam menggunakan 3 lapis bahan katun kaos dan 2 lapis terbuat dari bahan *microfleece* supaya tidak mudah bocor. Produk *menstrual pad* dapat di cuci segera setelah

selesai digunakan dengan *handwash* dan di jemur pada bawah sinar matahari. *Menstrual pad* dapat dipakai hingga berulang kali. Dengan ukuran yang dimiliki begitu beragam seperti *menstrual pad night* 30cm, *day* 25cm, dan *panty liner* 20cm. Bentuknya tak jauh berbeda dengan pembalut sekali pakai yang tersedia di pasaran.

Penggunaan pembalut dengan bahan kain pada perempuan sangat erat kaitannya dengan kesadaran kesehatan dan pengetahuan terhadap produk yang dimiliki oleh konsumen (Ardiyati & Pramitasari, 2019). Kepedulian yang tinggi terhadap kesehatan mendorong konsumen untuk mengambil tindakan keputusan pembelian lebih berorientasi pada konsekuensi positif terhadap kesehatan tubuh mereka. Penelitian Himawan & Tunjungan (2018) dan Rosalin, Barkah, & Pebrianti (2022) menemukan bahwa kesadaran kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk.

Selain kesadaran terhadap kesehatan, pengetahuan terhadap produk juga menjadi salah satu variabel yang memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk yang aman bagi kesehatan mereka. Penelitian yang dilakukan oleh Basyir (2019) dan Irvanto & Sunjana (2020) menemukan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa ketika konsumen memiliki pengetahuan yang memadai terhadap sebuah produk maka konsumen akan cenderung mempertimbangkan produk tersebut dalam proses pembeliannya.

Sejalan dengan pengaruh kesadaran kesehatan dan pengetahuan produk terhadap minat beli seperti yang dijelaskan di atas, berdasarkan hasil *survei* melalui kuesioner awal yang dilakukan oleh penulis pada tenaga kerja kesehatan perempuan di Puskesmas Pomalaa ditemukan bahwa mereka telah mengetahui produk *menstrual pad* baik secara manfaat serta kegunaannya dari ilmu kesehatan yang mereka lebih ketahui dibandingkan masyarakat awam, yang aman bagi kesehatan tubuh dan beberapa dari mereka pula telah menggunakan produk tersebut. Hal ini dapat dilihat dari tabel yang disediakan oleh penulis bahwa tenaga kerja kesehatan perempuan telah mengetahui dan menggunakan produk tersebut.

Tabel 1.1 Observasi Awal Pengetahuan Produk *Menstrual Pad*

No.	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Apakah anda mengetahui produk pembalut kain yang dapat digunakan berulang kali?	22	8
2.	Apakah anda pernah melakukan pembelian produk pembalut kain?	12	21
Total Responden		30	

Sumber: Puskesmas Pomalaa, 2023

Setelah mengidentifikasi pengetahuan tenaga kerja kesehatan perempuan terhadap produk *menstrual pad*. Penulis juga mengidentifikasi bahwa faktor utama yang mendorong mereka untuk menggunakan pembalut kain atau *menstrual pad* adalah pertimbangan terhadap kesehatan alat reproduksi. Selain itu pengetahuan terhadap *feature* dari pembalut kain juga turut memengaruhi minat mereka untuk membeli produk pembalut kain. Hal ini dibuktikan dengan hasil survei awal yang dilakukan oleh penulis dapat dilihat pada Tabel 1.2 berikut ini:

Tabel 1.2 Observasi Awal melalui Angket

No	Pertanyaan	Respon	Jumlah	Persen
1.	Menurut anda apa kelebihan dari produk pembalut kain jika dibandingkan dengan pembalut sekali pakai?	Aman untuk kesehatan reproduksi	11	36,67%
		Lebih murah karena tidak perlu dibeli berulang kali	3	10,00%
		Bisa digunakan berulang kali	14	46,67%
		Mengurangi iritasi	1	3,33%
		Mengurangi resiko penyakit kewanitaan	1	3,33%
		Total Responden	30	100%
2.	Menurut Anda, faktor apakah yang dapat membuat anda berminat untuk menggunakan produk pembalut kain?	Aman untuk kesehatan reproduksi	11	36,67%
		Lebih murah karena tidak perlu dibeli berulang kali	4	13,33%
		Bisa digunakan berulang kali	10	33,33%
		Mengurangi iritasi	1	3,33%
		Mengurangi resiko penyakit kewanitaan	4	13,33%
		Total Responden	30	100%

Data diolah menggunakan Excel, 2023 (Survei 2023)

Minat beli yang dimiliki oleh tenaga kerja kesehatan perempuan terhadap produk *menstrual pad* didasarkan pada kesadaran akan kesehatan tubuh dalam jangka waktu panjang dengan penggunaan produk yang baik serta adanya pengetahuan yang mereka miliki baik pengetahuan tentang produk maupun pengetahuan terhadap kesehatan tubuh. Data hasil survei awal pada tenaga kerja kesehatan perempuan di Puskesmas Pomalaa seperti yang disajikan di atas mendorong penulis untuk mengeksplorasi lebih jauh pengaruh variabel kesadaran kesehatan dan pengetahuan produk terhadap minat beli *menstrual pad* pada tenaga kerja kesehatan perempuan di Puskesmas Pomalaa melalui penelitian.

Selain itu, isu penelitian ini juga didukung oleh adanya perbedaan hasil penelitian (*research gap*) terbaru seperti penelitian yang dilakukan oleh Rosalin, Barkah, & Pebrianti, (2022) yang menemukan bahwa kesadaran kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Sedangkan pada penelitian menurut Pebrianti & Rosalin (2021)

menemukan bahwa kesadaran kesehatan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Selain itu penelitian yang dilakukan Basyir (2019) dan Irvanto & Sunjana (2020) menemukan bahwa pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Lestari, dkk (2021) menemukan bahwa pengetahuan produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, kemudian didukung oleh hasil survei awal yang dilakukan serta adanya perbedaan hasil penelitian terbaru (*research gap*) seperti yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kesadaran Kesehatan dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Beli pada Produk *Menstrual pad* (Studi pada Tenaga Kerja Kesehatan Perempuan Di Puskesmas Pomalaa)”**.

KAJIAN TEORITIS

Minat Beli

Menurut Ferdinand (2017) minat beli konsumen dapat diartikan sebagai minat beli yang mencerminkan hasrat dan keinginan konsumen untuk membeli suatu produk. Minat beli, dapat disimpulkan bahwa minat beli adalah konsumen potensial yang memiliki keinginan untuk membeli dengan melakukan pencarian informasi pendukung sebagai acuan dalam menentukan suatu produk yang akan memenuhi keinginan konsumen tersebut (Basyir:2019). Minat beli merupakan tindakan sebelum konsumen memutuskan untuk membeli sebuah produk yang diinginkannya (Irvanto & Sujana:2020).

Kesadaran Kesehatan

Kesadaran kesehatan adalah suatu kepedulian dan perhatian terhadap kesehatan untuk menjadi lebih baik (Puspitasari, Yuliati, & Afendi:2021). Kesadaran kesehatan atau health consciousness adalah kepedulian tentang kesehatan pribadi dan motivasi untuk menjaga kesehatan dan kualitas hidup melalui perilaku sehat (Setiawati, dkk 2018).

Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk adalah kumpulan dari beberapa informasi yang ada di dalam ingatan konsumen secara akurat dan menggambarkan suatu kondisi tentang pengetahuannya terhadap produk tertentu (Basyir:2019). Pengetahuan produk adalah cakupan seluruh informasi akurat yang disimpan dalam memori konsumen yang sama baiknya dengan persepsinya terhadap pengetahuan produk Ridwan, Solihat, & Trijumansyah (2018).

Penelitian Terdahulu

Himawan & hetty karunia tunjungsari (2018) dengan judul Pengaruh kesadaran kesehatan dan produk makanan terhadap minat beli restoran *vegetarian* dengan variabel moderasi religiusitas di Indonesia. Hasil analisis menunjukkan Berdasarkan penelitian menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif signifikan kesadaran kesehatan terhadap minat beli.

Ilmira rosalin, dr.Barkah,s.e.,m.si, dr.Wenny pebrianti,s.e.,m.sc (2022) dengan judul Pengaruh kesadaran kesehatan dan *perceived barriers* terhadap *attitude toward organic food* dan dampaknya terhadap minat beli (studi kasus pada konsumen muda di kota pontianak). Hasil analisis ini menunjukkan bahwa Berdasarkan penelitian menunjukkan hasil bahwa kesadaran kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Menurut Abdillah & Hartono (2015:7) paradigma kuantitatif menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan menggunakan prosedur statistika. Sedangkan jenis penelitian *explanatory research* yaitu jenis penelitian yang menjelaskan dan menekankan pada hubungan atau pengaruh antar variabel independen dan variabel dependen. (Sudaryono, 2017:83)

Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Pada penelitian ini yang dimaksud dengan populasi adalah seluruh tenaga kerja kesehatan perempuan di Puskesmas Pomalaa yang berjumlah 158 orang. Prosedur pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* yang ditarik melalui rumus Slovin, sehingga sampel dalam penelitian ini adalah 62 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini penulis menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan data yaitu: Observasi, kuesioner, dokumentasi, dan studi pustaka (Stiadi, 2022)

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini data diolah menggunakan software SmartPLS dengan pendekatan *partial least square*. PLS merupakan model persamaan *structural equation model* (SEM) yang penggunaannya dengan pendekatan berbasis varian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil Uji Validitas

Variabel Kesadaran Kesehatan, Pengetahuan Produk, Minat Beli

Variabel	Indikator	r-hitung	r-tabel(5%)	Keterangan
Kesadaran Kesehatan	X1.1	0,956	0,3061	Valid
	X1.2	0,932	0,3061	Valid
	X1.3	0,987	0,3061	Valid
	X1.4	0,982	0,3061	Valid
	X1.5	0,982	0,3061	Valid
Pengetahuan Produk	X2.1	0,987	0,3061	Valid
	X2.2	0,975	0,3061	Valid
	X2.3	0,982	0,3061	Valid
Minat Beli	Y1.1	0,943	0,3061	Valid
	Y1.2	0,972	0,3061	Valid
	Y1.3	0,961	0,3061	Valid
	Y1.4	0,972	0,3061	Valid

(Sumber: Data Primer Diolah, 2023)

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel variabel Kesadaran Kesehatan, Pengetahuan Produk, dan Minata Belih memperlihatkan nilai r hitung lebih besar di banding nilai r tabel. Dengan demikian indikator atau kuesioner yang di gunakan oleh semua variabel dinyatakan valid untuk di gunakan sebagai alat ukur variabel.

Uji Reliabilitas

Variabel	Crobach's Alpha	Nilai Krisis	Keterangan
Kesadaran Kesehatan	0,836	0,600	Reliabel
Pengetahuan Produk	0,884	0,600	Reliabel
Minat Beli	0,853	0,600	Reliabel

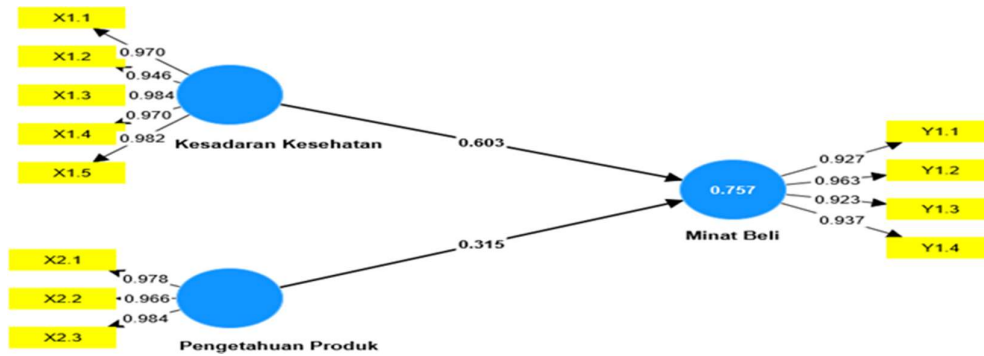
(Sumber: Data Primer Diolah, 2022)

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas penelitian diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada semua variabel lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan variabel atau kuesioner yang digunakan variabel persepsi nasabah, kualitas pelayanan, dan loyalitas nasabah dinyatakan reliabel atau memenuhi persyaratan sebagai alat ukur variabel.

Pengujian Hipotesis

Model ini dievaluasi dengan melihat nilai *R-square* (reliabilitas indikator) untuk konstruk endogen dan nilai *T-statistic* dari pengujian koefisien jalur (*path coefficient*) untuk uji signifikansi antar konstruk. Semakin tinggi nilai *R-square* maka semakin baik model penelitian

yang diajukan. Tingkat signifikan dalam pengujian hipotesis adalah nilai *path coefficient*. Model structural (*inner model*) dapat dilihat pada gambar 2 berikut ini:



Gambar 2 Tampilan Hasil PLS Bootstrapping

(Sumber : Hasil Penelitian, 2022)

Tabel Nilai R-square

Konstruk	R-Square
Minat Beli (Y)	0.757

(Sumber: Output SmartPLS 3.0, 2022)

Berdasarkan nilai *R-square* pada tabel di atas menunjukkan bahwa persepsi nasabah dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabilitas konstruk loyalitas nasabah sebesar 75,7%, dan sisanya sebesar 24,3% diterangkan oleh konstruk lainnya selain yang diteliti dalam penelitian ini.

Tabel Nilai Path Coefficient

Path Coefficient (Mean,STDEV, P-Values)

Hipotesis	Original Sample Estimate (O)	Mean of Sub Sample (M)	Standard Deviation (STDEV)	P Values
KK->MB	0.603	0.606	0.086	0.000
PP->MB	0.315	0.314	0.088	0.000

(Sumber: Output SmartPLS 3.0, 2022)

Pada hipotesis pertama *Original Sample Estimate* jalur dari variabel Kesadaran Kesehatan ke Minat Beli hanya sebesar 0.603 yang berarti bisa dikatakan kuat sehingga dapat dikatakan bahwa Kesadaran Kesehatan mempengaruhi Minat Beli hanya sebesar 6,03%. Meskipun demikian, nilai jalurnya bersifat positif sehingga hipotesis pertama diterima. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Kesadaran Kesehatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat beli dikarenakan *Rule Of Thumb* yang digunakan pada

penelitian ini yaitu nilai *P-Value* < dari pada 5% (0.05) sehingga dapat dinyatakan **Hipotesis Pertama (H₁) diterima**. Sehingga Hipotesis Pertama (H₁) Menyatakan bahwa Kesadaran Kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli.

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan Smart PLS 4.0 yang disajikan dapat dilihat bahwa nilai *Original Sample Estimate* Pengetahuan Produk (PP) terhadap Minat Beli (MB) bernilai positif sebesar 0.315 atau 3,15% dan nilai *P Value* 0.000. Dengan melihat nilai *P Value* yang dimana jika *P Value* < dari 0,05 maka hipotesis dinyatakan diterima sedangkan jika *P Value* > dari 0,05 maka hipotesis dinyatakan ditolak. Selain itu, untuk melihat arah besarnya pengaruh jalur dari Pengetahuan Produk ke Minat Beli dapat dilihat dari nilai *Original Sample Estimate*. Jika nilai *Original Sample Estimate* semakin mendekati 1 maka nilai pengaruhnya semakin kuat (Hair *et al*, 2017:206).

Pembahasan

Kesadaran Kesehatan Berpengaruh terhadap Minat Beli

Berdasarkan hasil penelitian hipotesis pertama diterima yaitu terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kesadaran Kesehatan terhadap Minat Beli pada Produk *Menstrual Pad* di tenaga kerja kesehatan perempuan Puskesmas Pomalaa. Diterimanya hipotesis penelitian ini dikonfirmasi dengan tanggapan responden mengenai Kesadaran Kesehatan yang dapat dilihat pada tabel 4.6 mengenai deksripsi responden yang memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,91 dan berada pada level tinggi. Kesadaran Kesehatan tenaga kerja kesehatan perempuan di Puskesmas Pomalaa cenderung baik ditunjukkan dengan indikator dari Kesadaran Kesehatan yaitu sering memikirkan kesehatan, sangat sadar akan kesehatan, sering memikirkan masalah kesehatan, waspada terhadap perubahan kesehatan dan bertanggung jawab atas kondisi kesehatan, sehingga hal tersebut turut mempengaruhi bagaimana mereka sadar akan kesehatan mereka.

Berdasarkan hasil analisis dengan melihat nilai *outer loading* (Tabel 4.9) menunjukkan Kesadaran Kesehatan lebih dominan dipengaruhi oleh indikator sering memikirkan masalah kesehatan, yang mempengaruhi perilaku tenaga kerja kesehatan perempuan di Puskesmas Pomalaa untuk lebih sadar akan kesehatan tubuh mereka yang akan rentan terhadap berbagai penyakit, pekerjaan mereka yang menjadikan terus berada dalam lingkup yang berkaitan langsung dari segala jenis penyakit. Oleh karena itu memikirkan kesehatan tubuh mereka adalah hal sangat penting terutama kesehatan organ reproduksi. Untuk memilih menggunakan produk yang baik dalam jangka waktu panjang didasarkan pengetahuan yang mereka ketahui, baik pengetahuan tentang produk maupun pengetahuan terhadap kesehatan tubuh.

Hal ini sejalan dengan pendapat Lismanizar & Utami (2018) yang mengatakan bahwa kesehatan merupakan hal yang paling penting dalam kehidupan karena apabila tubuh tidak sehat, kita tidak bisa menjalankan berbagai aktivitas dengan baik, selain itu konsumen yang memiliki tingkat kesadaran kesehatan yang tinggi, mereka akan lebih berhati-hati dalam memilih produk yang akan digunakan.

Temuan dalam konteks penelitian ini didukung juga oleh berbagai penelitian yang telah dilakukan sebelumnya seperti penelitian yang dilakukan oleh Himawan & Tunjungan (2018) yang menemukan bahwa Kesadaran Kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosalin, Barkah, & Pebrianti (2022) yang menemukan adanya pengaruh yang positif dan signifikan Kesadaran Kesehatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa semakin tingginya kesadaran seseorang terhadap kesehatan maka semakin meningkat pula minat seseorang dalam memikirkan produk yang baik bagi untuk kesehatan untuk dibeli.

Pengetahuan Produk Berpengaruh terhadap Minat Beli

Berdasarkan hasil penelitian hipotesis kedua diterima, yaitu terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Pengetahuan Produk terhadap Minat Beli pada Produk *Menstrual Pad* di tenaga kerja kesehatan perempuan Puskesmas Pomalaa. Diterimanya hipotesis penelitian ini dikonfirmasi dengan tanggapan responden terhadap Pengetahuan Produk *Menstrual pad* pada tenaga kerja kesehatan perempuan Puskesmas Pomalaa, yang dapat dilihat pada tabel 4.7 mengenai deksripsi responden yang memiliki rata-rata sebesar 3,70 dan berada pada level tinggi. Pengetahuan Produk *Menstrual pad* pada tenaga kerja kesehatan perempuan di Puskesmas Pomalaa yang baik ditunjukkan dengan indikator dari Pengetahuan Produk yaitu atribut produk, manfaat fisik, dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen.

Berdasarkan hasil analisis dengan melihat nilai *outer loading* (Tabel 4.9) menunjukkan Pengetahuan Produk lebih dominan dipengaruhi oleh indikator pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen, yang berarti bahwa tenaga kerja kesehatan perempuan merasakan adanya dampak baik dari produk tersebut dibandingkan produk lain yang sudah diketahui kandungan dalam produk yang kurang baik untuk tubuh. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen sangat mempengaruhi bagaimana tenaga kerja kesehatan perempuan dalam beralih membeli serta menggunakan produk *menstrual pad* akan membuat tenaga kerja kesehatan perempuan

merasakan kualitas kehidupan lebih baik dari sebelum karna pemilihan produk tersebut karna adanya pengetahuan produk yang diketahui.

Hal ini sejalan dengan pendapat Annisa & Wijaya (2019) yang menjelaskan tentang konsumen dengan pengetahuan produk yang tinggi akan memiliki daya ingat, pengenalan, analisis dan kemampuan logis yang lebih baik daripada konsumen dengan pengetahuan produk yang rendah, sehingga konsumen yang berfikir bahwa mereka memiliki pengetahuan produk yang lebih tinggi akan mempercayakan pada petunjuk intrinsik dalam mempertimbangkan kualitas produk karena mereka sadar pentingnya informasi tentang suatu produk. Sedangkan konsumen dengan pengetahuan produk yang lebih rendah cenderung menggunakan petunjuk ekstrinsik, seperti harga atau merek untuk mengevaluasi suatu produk karena mereka tidak mengetahui cara menilai suatu produk.

Temuan dalam konteks penelitian ini didukung juga oleh berbagai penelitian yang telah dilakukan sebelumnya seperti penelitian yang dilakukan oleh Basyir (2019) yang menemukan bahwa Pengetahuan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irvanto & Sunjana (2020) yang menemukan adanya Pengetahuan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa semakin baik pengetahuan produk yang dimiliki maka semakin tinggi minat seseorang dalam melakukan pembelian produk yang diinginkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang dilakukan mengenai pengaruh persepsi nasabah dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di PT BPR Hara Lata Kolaka, maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama diketahui adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kesadaran kesehatan terhadap minat beli tenaga kerja kesehatan perempuan Puskesmas Pomalaa. Maka dalam hal ini variabel kesadaran kesehatan diukur menggunakan indikator sering memikirkan kesehatan, sangat sadar akan kesehatan, sering memikirkan masalah kesehatan, waspada terhadap perubahan kesehatan dan bertanggung jawab atas kondisi kesehatan, berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli pada tenaga kerja kesehatan perempuan Puskesmas Pomalaa.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua diketahui adanya pengaruh positif dan signifikan antara pengetahuan produk terhadap minat beli tenaga kerja kesehatan

perempuan Puskesmas Pomalaa. Maka dalam hal ini variabel pengetahuan produk diukur menggunakan indikator atribut produk, manfaat fisik, dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen, berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada tenaga kerja kesehatan perempuan Puskesmas Pomalaa.

Saran

Berdasarkan hasil analisa pembahasan serta beberapa kesimpulan yang diperoleh maka peneliti akan memberikan saran kepada pihak-pihak yang terkait.

1. Pada tenaga kerja kesehatan perempuan di Puskesmas Pomalaa diharapkan lebih memperhatikan produk yang mereka gunakan yang aman bagi kesehatan tubuh khususnya organ reproduksi didasarkan dengan pengetahuan kesehatan yang mereka ketahui.
2. Diharapkan mampu menambah jumlah variabel utamanya variabel terkait pembelian produk menstrual pad dan juga menambah jumlah indikator variabel agar hasil penelitian lebih bervariasi dan akurasi lebih tepat dan baik.

DAFTAR REFERENSI

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS) - Alternative Structural Equation Modeling (Sem) dalam Penelitian Bisnis*. Penerbit: Andi
- Abdurachman, U. (2004). Analisis Faktor-Faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung (Studi Perilaku Konsumen Sarung di Jawa Timur). *Jurnal manajemen & kewirausahaan*, 6(1).
- Airine, T. 2021. Analisis Perilaku Konsumen Sayuran Organik (Studi Kasus: Giant Botani Square, Kota Bogor, Jawa Barat). Skripsi Sarjana Departemen Agribisnis Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.
- Annisa, T., I., & Wijaya, P., A. (2019). Pengaruh Keterlibatan dan Pengetahuan Produk terhadap Keputusan Pembelian Jamu Masuk Angin Kemasan. *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol.14, No.2-Oktober 2019: 122-137.
- Ardiyanti., Pramisari, R. (2019). Ecoliteracy penggunaan pembalut wanita ramah lingkungan kelompok PKK dusun Panggang Argomulyo, Sedayu. *Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat*, November, 73-78.
- Assael, H. (2002). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Boston: PWS-Kent Publishing Company.
- Basyir, A. (2019). Pengaruh Fashion Lifestyle dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Beli (Studi Terhadap Konsumen Batik Tulis Madura Al-Fath KKG Bangkalan). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 07(03), 564–570.
- Damawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Penerbit PT. Remaja Rosdakarya
- Ferdinand, A. (2017). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Universitas Diponegoro

- Ghozali, I., & Latan, H. (2016). *Partial Least Squares – Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Undip.
- Goldie Shaumy Lestari, Agriani Hermita Sadeli, Pandi Pardian, S. F. (2021). Pengaruh Pengetahuan Produk, Label Organik Komunitas, Dan Perilaku Pencarian Informasi Terhadap Minat Beli Produk Organik Di Komunitas Organik Indonesia. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 07(02), 1211.
- Hill, R. (1998). What sample size is “enough” in internet survey research. *Interpersonal Computing and Technology: An electronic journal for the 21st century*, 6(3-4), 1-12.
- Himawan, T. (2018). Pengaruh Kesadaran Kesehatan Dan Produk Makanan Terhadap Minat Beli Restoran Vegetarian Dengan Variabel Moderasi Religiusitas Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 02(06), 88–100.
- Hong, H., & Chung, W.(2022). Integrating health consciousness, self-efficacy, and habituation into the attitude-intention-behavior relationship for physical activity in college students. *Psychology, Health and Medicine*, 27(5),965-975.
- Ilmira, R., Dr. Barkah, S.E., M.Si, Dr. Wenny Pebrianti, S.E., M. S. (2022). Pengaruh Kesadaran Kesehatan dan Perceived Barriers terhadap Attitud toward Organic Food dan Dampaknya terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada KonsumenMuda di Kota Pontianak). *Equator Journal OfManagement and Entrepreneurship Magister*, 10(04), 168–176.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*. Penerbit Andi.
- Julina. (2012). Analisis Perilaku Konsumen Perempuan Terhadap Kesehatan Reproduksi Dan Perilaku Penggunaan Pembalut. *Marwah: Jurnal Perempuan, Agama Dan Jender*, 11(1).
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism*. 5 thedition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotrlik, J. W. K. J. W., & Higgins, C. C. H. C. C. (2001). Organizational research: Determining appropriate sample size in survey research appropriate sample size in survey research. *Information technology, learning, and performance journal*, 19(1), 43.
- Lestari, S. G., Sadeli, H. A., & Pardian, P. S. F.(2021). Pengaruh Pengetahuan Produk, Label Organik Komunitas, Dan Perilaku Pencarian Informasi Terhadap Minat Beli Produk Organik Di Komunitas Organik Indonesia. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 07(02), 1211.
- Lismanizar., & Utami, S.(2018). Pengaruh Keamanan Pangan, Kesadaran Kesehatan, Nilai Yang Dirasakan Dan Harga Terhadap Niat Beli Makanan Cepat Saji Pada Konsumen Kfc Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 3, No. 2 Mei:86-97.
- Michaelidou, N., & Hassan, L. M. (2008). The Role of Health Consciousness, Food Safety Concern and Ethical Identity on Attitudes and Intentions towards Organic Food. *International Journal of Consumer Studies*. 32: 163–170.
- Nanjundeswaraswamy, T. S., & Divakar, S. (2021). Determination of sample size and sampling methods in applied research. *Proceedings on Engineering Sciences*, 3(1), 25-32.

- Nugroho, A. R. (2015). Analisis Pengaruh Product Knowledge, Sikap pada Produk terhadap Minat Beli Produk Zandilac. Universitas Muhammadiyah Surakarta Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Ogy Irvanto, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger (Survey Persepsi Komunitas Pecinta Alam di Kota Bogor). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105–126.
- Peter, P., & Olson, J. (2010). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. New York: Mc. Graw Hill.
- Pham, T. H., Nguyen, T. N., Phan, T. T., & Nguyen, N. T. (2018). Evaluating the purchase behaviour of organic food by young consumers in an emerging market economy. *Journal of Strategic*.
- Prastyani, D., & Muslimah, S., I.(2021). Analisis Produktivitas Karyawan saat Pandemi Covid-19 Melalui Kesehatan dan Keselamatan Kerja, Lingkungan Kerja, dan Faktor Psikologis Karyawan. *Forum Ilmiah*, Vol.18, No.3, September 2021.
- Puspitasari, & , Yuliati, A.(2021). Pengaruh Green Marketing, Kesadaran Lingkungan Dan Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pangan Organik Melalui Sikap. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 7(3), 713–722.
- Puspita, A., Rahayu, S. M., & Excoelsa, A.(2021). Hubungan Pengetahuan Siswi dengan Minat dalam Pemilihan Pembalut Kain: Knowledge of Students with Interest in the Selection of Clothing Fabric. *Jurnal Surya Medika (JSM)*, 7(1), 1-8.
- Resmawa, I. N.(2017). Pengaruh Brand Image dan Product Knowledge terhadap Purchase Intention dengan Green Price sebagai Moderating Variabel pada Produk the Body Shop di Surabaya. *Aplikasi Manajemen, Ekonomi dan Bisnis*, 1(2).
- Ridwan, L. M., Solihat, A., & Trijumansyah, A. (2018). Pengaruh Product Knowledge dan Brand Association Terhadap Purchase Intention Kawasan Kampung Kreatif Dago Pojok. *Pariwisata*, 5(1), 68–82.
- Roscoe, J.T. (1975) *Fundamental Research Statistics for the Behavioural Sciences*, 2nd edition. New York: Holt Rinehart & Winston.
- Saunders, M., Lewis, Philip., & Thornhill, Adrian. (2007). *Research methods. Business Students 4th edition Pearson Education Limited, England*, 6(3), 1-268.
- Setiawati, H., Hartoyo., & Simanjuntak, M. (2018). Analysis on Intention of Purchasing Organic Foods by the Undergraduate Students of IPB Using the Theory of Planned Behavior Approach. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 15(2).
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Editor: Ayup-Cetakan 1-Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Stiadi, M. (2022). MARKET SEGMENTATION ANALYSIS IN FOOD SELECTION. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 169–173.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Badan Penerbit Alfabeta Bandung
- Sumarwan,U. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. (Bogor: Ghalia Indonesia), 186.

- Tanoto , J., Goh, S. T., & Margery, E. (2021). Pengaruh Persepsi Konsumen dan Promosi terhadap Minat Pembelian Produk Pt. Sumber Lautan Rezeki Medan. *Jurnal Bisnis Kolega*, Vol. 7 No. 1. Juni 2021.
- Vristiyana, V. M. (2019). Pengaruh religiusitas dan pengetahuan produk halal terhadap penilaian produk halal dan minat pembelian produk halal. *Ekonomi Bisnis*, 20(01), 85–100.
- Wijayanti, A., Sumiyarsi, I., & Nugraheni, A.(2018). Hubungan Antara Penggunaan Jenis Pembalut Saat Menstruasi Deng
- World Health Organization (WHO).(2013). *Human Papillovirus And Related Cancer In Indonesia*. World Health Organization.
- Zamani, I., Husna, L., Yulianingtyas, A.(2013).Pembalut Wanita Ramah Lingkungan dan Beretika.Prosiding Elektronik (e-Proceedings) PIMNAS,1-5.