



Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Penggunaan Produk Suplemen Penambah Berat Badan di Banjarmasin Timur

Estyqomah^{1✉}, Melviani², Putri Vidiyasari Darsono³

Program Studi Sarjana Farmasi, Fakultas Kesehatan, Universitas Sari Mulia

Email: estyqomahh@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Fase remaja pada perkembangan fisik, mental, emosional dan sosial paling tinggi. Pada masa ini remaja menjadi lebih memperhatikan penampilan dirinya, terutama dengan bentuk tubuh yang dimiliki. Remaja rentan terpengaruh oleh penggambaran media tentang bentuk tubuh yang ideal. Usaha yang paling umum dilakukan para remaja untuk mencapai bentuk tubuh idaman mereka adalah dengan berolahraga dan mengonsumsi suplemen. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan menggunakan suplemen penambah berat badan diantaranya adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan penggunaan produk suplemen penambah berat badan di Banjarmasin Timur. Penelitian ini bersifat observasional analitik dengan menggunakan studi *cross sectional*. Teknik sampling yang digunakan yaitu *purposive sampling* dimana responden yang dipilih berdasarkan kriteria. Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang. Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Pemurus Luar pada Bulan Juni 2023. Responden yang menggunakan suplemen penambah berat badan dalam satu bulan terakhir memiliki pengetahuan baik sebanyak 34%, pengetahuan cukup sebanyak 1%. Sedangkan responden yang tidak menggunakan suplemen penambah berat badan sebagian besar memiliki pengetahuan yang cukup sebanyak 54% dan pengetahuan yang kurang sebanyak 11%. Responden yang mengetahui suplemen penambah berat badan melalui media promosi TV sebanyak 10%, melalui keluarga sebanyak 21%, melalui sosial media sebanyak 49% dan melalui brosur sebanyak 20%. Pengetahuan memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan penggunaan suplemen dengan nilai *p-value* 0,000, sedangkan media promosi tidak memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan penggunaan suplemen dengan nilai *p-value* 0,177.

Kata Kunci: *Faktor, Pengambilan Keputusan, Suplemen*

Abstract

In the adolescent phase, physical, mental, emotional and social development is highest. At this time teenagers pay more attention to their appearance, especially with their body shape. Teenagers are susceptible to being influenced by media portrayals of the ideal body shape. The most common efforts made by teenagers to achieve their ideal body shape are by exercising and taking supplements. There are several factors that influence consumers in making decisions about using weight gain supplements including cultural factors, social factors, personal factors and psychological factors. To find out the factors that influence consumers in making decisions on the use of weight gain supplement products in East Banjarmasin. This research is analytic observational by using cross sectional study. The sampling technique used was purposive sampling where respondents were selected based on criteria. The sample used was 100 people. This research was conducted in Pemurus Luar Village in June 2023. Respondents who used weight gain supplements in the past month had good knowledge of 34%, adequate knowledge of 1%. Meanwhile, most of the respondents who did not use weight gain supplements had sufficient knowledge (54%) and less knowledge (11%). Respondents who found out about weight gain supplements through TV promotion media were 10%, 21% through family, 49% through social media and 20% through brochures. Knowledge has an influence on the decision making of the use of supplements with a p-value of 0.000, while media promotion has no influence on the decision making of the use of supplements with a p-value of 0.177.

Keywords: Decision Making, Factor, Supplement

PENDAHULUAN

Kesehatan merupakan hal penting dalam kaitannya dengan produktivitas seseorang. Pada hakikatnya, setiap manusia membutuhkan kehidupan yang sehat untuk menunjang keberlangsungan hidupnya. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 tahun 2009 kesehatan merupakan keadaan sehat, baik secara fisik, mental, spiritual maupun sosial yang memungkinkan setiap orang untuk hidup produktif secara sosial maupun ekonomi (Sulistiarini and Hargono, 2018).

Berat badan bagi sebagian orang urusan yang terbilang sensitif, baik terlalu kurus atau terlalu gemuk, keduanya sama-sama bukan kondisi ideal. Meningkatkan berat badan menggunakan suplemen tidak akan banyak berarti jika masih tetap bertahan dengan gaya hidup yang lama. Maka dari itu kita membutuhkan gaya hidup baru yang lebih sehat. Dari sisi makanan, kita juga harus mulai menambah porsi makan. Tubuh pasti akan membutuhkan kalori. Mengonsumsi lebih banyak suplemen bukan berarti mempercepat usaha dalam menaikkan berat badan. Justru sebaliknya, konsumsi suplemen secara berlebihan hanya akan membawa masalah kesehatan baru bagi diri kita sendiri (Sari *et al*, 2022).

Memasuki era globalisasi saat ini, sumber daya manusia yang berkualitas mutlak diperlukan. Remaja adalah sumber daya manusia yang paling potensial dalam sebuah negara karena remaja merupakan generasi penerus dan penentu masa depan bangsa. Remaja yaitu masa yang paling mempengaruhi pembentukan karakter serta kepribadian. Difase remaja perkembangan fisik, mental, emosional dan sosial paling tinggi. Pada masa ini remaja menjadi lebih memperhatikan penampilan dirinya, terutama dengan bentuk tubuh yang dimiliki. Remaja rentan terpengaruh oleh penggambaran media tentang bentuk tubuh yang ideal (Sugiar and Dieny, 2018).

Menurut WHO, Remaja adalah penduduk dalam rentang usia 10-19 tahun. Menurut Peraturan menteri kesehatan RI nomor 25 tahun 2014 remaja adalah penduduk dalam rentang usia 10-18 tahun dan menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN) rentang usia remaja adalah 10-24 tahun dan belum menikah. Remaja menurut UU perlindungan anak adalah seseorang yang berusia antara 10-18 tahun, dan merupakan kelompok penduduk Indonesia dengan jumlah yang cukup besar yaitu hampir 20% dari jumlah penduduk. Remaja merupakan calon pemimpin dan penggerak pembangunan di masa depan (Mawaddah, Sakung J and Jufri M, 2020).

Usaha yang paling umum dilakukan para remaja untuk mencapai bentuk tubuh idaman mereka adalah dengan berolahraga dan mengonsumsi suplemen. Cara yang lebih praktis yaitu menggunakan suplemen makanan. Suplemen makanan adalah produk yang dimaksudkan untuk melengkapi kebutuhan zat gizi. Suplemen mengandung satu atau lebih bahan berupa vitamin, mineral, asam amino atau bahan lain yang berasal dari tumbuhan atau bukan tumbuhan yang memiliki nilai gizi (Sugiar and Dieny, 2018). Suplemen adalah produk kesehatan yang mengandung satu atau lebih zat yang bersifat nutrisi atau obat yang dikemas dalam bentuk kapsul, kapsul lunak, tablet, bubuk atau cairan yang berfungsi sebagai pelengkap kekurangan zat gizi dalam tubuh (Melviani *et al.*, 2021).

Penelitian menunjukkan bahwa suplemen mampu mencegah penyakit dan gangguan fungsi tubuh, namun pada beberapa kasus perlu diwaspadai penggunaannya (Dyah Rusyida, 2017). Berdasarkan laporan *Food Standards Agency* (FDA), di Amerika Serikat 60% wanita dan 40% pria menggunakan suplemen makanan dan masing-masing sebanyak 30% dan 23% menyatakan menggunakannya sebagai salah satu cara pengobatan penyakit-penyakit ringan. Pada tahun 2000 di Indonesia puslitbang (pusat penelitian dan perkembangan) farmasi Depkes RI telah melakukan survei konsumen di tiga kota besar yaitu Jakarta, Surabaya, dan Bandung tentang konsumsi suplemen makanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumsi suplemen makanan terbanyak adalah pada perempuan 78,1% (Susanti and Susilowati, 2020).

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan menggunakan suplemen penambah berat badan diantaranya adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis. Dimana faktor kebudayaan merupakan suatu ciri khas dari sekumpulan orang yang diterapkan secara turun-temurun sebagai penuntun kehidupan sehari-hari. Faktor sosial, merupakan tingkat status sosial atau keadaan ekonomi seseorang yang terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabungan dan pekerjaan. Faktor pribadi juga dipengaruhi oleh uang saku, situasi ekonomi, dan gaya hidup serta faktor psikologis juga dipengaruhi oleh motivasi, persepsi dan pengetahuan (Saputri, 2020).

Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti di wilayah Kelurahan Pemurus Luar Kecamatan Banjarmasin Timur pada tanggal 14-21 Desember 2022 terhadap sepuluh orang responden remaja didapatkan hasil bahwa sembilan orang dari sepuluh orang responden menggunakan produk suplemen penambah berat badan. Mereka menggunakan beberapa produk diantaranya dua orang laki-laki berusia dua puluh satu tahun menggunakan produk suplemen penambah berat badan bermerek *L-Men Gainmass*. Satu orang wanita berusia dua puluh tahun menggunakan produk Ginseng Kianpi Pil. Satu orang laki-laki berusia dua puluh tahun menggunakan susu king mass. Tiga orang laki-laki berusia dua puluh tiga tahun menggunakan susu *Appeton Weight Gain* dan dua orang laki-laki berusia sembilan belas tahun menggunakan *Evomass*. Rata-rata alasan mereka menggunakan produk suplemen penambah berat badan karena ingin meningkatkan berat badan agar dapat mencapai berat badan yang ideal serta menambah massa otot di area tubuh yang diinginkan. Beberapa responden mengatakan bahwa setelah mereka mengonsumsi suplemen penambah berat badan, nafsu makan jadi meningkat. Mereka menggunakan suplemen penambah berat badan tersebut berdasarkan informasi dari teman yang sudah atau yang sedang menggunakan suplemen penambah berat badan dan sebagian dari mereka mendapatkan informasi tentang produk suplemen penambah berat badan dari sosial media.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan penggunaan produk suplemen penambah berat badan di Banjarmasin Timur.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode Observasional Analitik dengan rancangan *Cross Sectional*. Penelitian ini dilakukan di Kelurahan Pemurus Luar, Kecamatan Banjarmasin Timur. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah remaja yang berusia 10-24 tahun sebanyak 3.225 jiwa. Sampel yang digunakan pada

penelitian ini adalah 100 orang responden, pengambilan sampel ini sesuai dengan kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditentukan oleh peneliti. Instrumen pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner yang digunakan bertujuan untuk mengukur pengetahuan masyarakat tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam pengambilan keputusan penggunaan suplemen. Analisis data menggunakan uji *chi square*, apabila nilai signifikansi <0.05 maka dapat disimpulkan bahwa faktor pengetahuan dan media promosi memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusan penggunaan produk suplemen penambah berat badan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Data Demografi Responden

Tabel 1. Berdasarkan Data Demografi Responden

Data Demografi	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	41	41%
Perempuan	59	59%
Usia		
10-15 tahun	1	1%
16-20 tahun	42	42%
21-24 tahun	57	57%
Pendidikan Terakhir		
SD	2	2%
SMP	23	23%
SMA	48	48%
Perguruan Tinggi	27	27%
Pekerjaan		
Ibu Rumah Tangga	8	8%
Karyawan	11	11%
Mahasiswa	39	39%
Pelajar	18	18%
PNS	4	4%
Wiraswasta	20	20%
Berat Badan (Kg)		

30-40	14	14%
41-50	28	28%
51-60	24	24%
61-70	17	17%
71-80	12	12%
81-90	5	5%

Tabel 2. Penggunaan Suplemen

Penggunaan Suplemen	Jumlah Responden	Persentase
Menggunakan	30	30%
Tidak Menggunakan	70	70%

Tabel 3. Faktor Yang Mempengaruhi

Faktor	Jumlah Responden	Persentase
Tingkat Pengetahuan		
Baik (>80%)	34	34%
Cukup (60%-79%)	55	55%
Kurang (<60%)	11	11%
Media Promosi		
Brosur	20	20%
Keluarga	22	22%
Sosial Media	48	48%
TV	10	10%

Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan didapatkan hasil bahwa jenis kelamin perempuan lebih banyak daripada laki-laki. Hal ini sesuai dengan data Kelurahan Pemurus Luar bahwa masyarakat berjenis kelamin perempuan lebih banyak daripada jenis kelamin laki-laki. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ambar (2021) paling banyak mengisi kuesioner penggunaan suplemen adalah perempuan sebanyak (80,4%). Banyak remaja perempuan memiliki masalah terhadap dirinya sendiri terutama pada penampilan, pandangan serta penilaian seseorang terhadap fisiknya (Alidia, 2018).

Pada kategori usia, reponden dengan rentang usia 21 tahun-25 paling banyak mengisi kuesioner. Didukung oleh (Firman, 2022) responden yang memiliki usia >21 tahun cenderung memiliki tingkat konsumsi suplemen lebih tinggi daripada yang berusia <21 tahun. Hal ini

disebabkan oleh kecenderungan dalam mengatur pola hidup dimana pada usia tersebut masyarakat sudah cenderung hidup mandiri dan memiliki pendapatan sehingga dapat mengalokasikan pendapatannya untuk membeli dan mengonsumsi suplemen. Hal ini sejalan dengan penelitian Pangesti (2018) dalam putra (Agnia, 2017) bahwa pada usia tersebut mempunyai kegiatan yang lebih padat sehingga kemungkinan membutuhkan suplemen lebih besar.

Pada penelitian ini mayoritas yang paling banyak mengisi kuesioner terdapat pada tingkat pendidikan terakhir SMA sebanyak 48 orang. Pendidikan memperlihatkan pengetahuan dan pola pikir dalam usaha menjaga kesehatan dan kebugaran tubuh. Dengan tingkat pendidikan SMA/ sederajat, seseorang sudah mengerti pentingnya kesehatan dan kebutuhan suplemen dalam upayanya untuk menjaga kesehatan. Semakin tinggi tingkat pendidikan, diharapkan pengetahuan akan bertambah baik yang akan mempengaruhi penggunaan suplemen. (Susanti and Susilowati, 2020).

Pada penelitian ini mayoritas yang paling banyak mengisi kuesioner adalah mahasiswa yaitu sebanyak 39 orang. Hal ini sejalan dengan sebuah penelitian yang menyatakan bahwa mahasiswa termasuk kedalam kategori remaja akhir dimana pada fase tersebut mahasiswa cenderung lebih memperhatikan penampilan serta menginginkan bentuk badan yang ideal (Alidia, 2018). Masa remaja adalah masa transisi atau masa dimana remaja mengalami pubertas dengan ciri terjadi perubahan pada fisiknya dan terkadang perubahan ini tidak sesuai dengan yang mereka harapkan. Sehingga timbul keinginan untuk mengonsumsi suplemen penambah berat badan agar mewujudkan bentuk badan ideal yang diharapkan (Alidia, 2018).

Berat badan responden paling banyak pada rentang 41-50 kg. Berat badan menjadi latar belakang penggunaan suplemen penambah berat badan agar responden dapat memiliki bentuk tubuh sesuai dengan keinginannya. Klasifikasi berat badan yang ideal menurut *world health organization* (WHO) yang berdasarkan pada *body mass index* (BMI) antara 18,5-24,9 (Alidia, 2018).

Dalam pengambilan keputusan penggunaan suatu produk dipengaruhi oleh berbagai faktor baik yang berasal dari diri konsumen maupun luar konsumen. Faktor internal berupa pribadi konsumen, psikologi, pengetahuan, konsep diri dan sikap. Sedangkan faktor eksternal berupa budaya, sosial, media promosi dan motivasi (Saputri and Yuliani, 2020). Dalam penelitian ini dilakukan analisis terhadap pengaruh faktor pengetahuan dan media promosi terhadap keputusan pembelian penggunaan produk suplemen penambah berat badan.

Pada faktor pengetahuan didapatkan nilai *p-value* 0,000 sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor pengetahuan memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusan penggunaan

produk suplemen penambah berat badan. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Aprilia, 2021) dan (Luthfi, 2021) yang menyatakan terdapat hubungan yang signifikan antara pengetahuan dengan penggunaan suplemen peninggi badan. Pengetahuan merupakan hal yang penting dan harus diperhatikan khususnya dalam bidang kesehatan. Menurut (Notoadmojo, 2014) pengetahuan dipengaruhi oleh pengalaman seseorang dan lingkungan yang kemudian dapat diekspresikan dan diyakini sehingga menimbulkan motivasi. Faktor lain lain dapat mempengaruhi pengetahuan yaitu pendidikan, media massa/informasi, ekonomi, dan usia (Notoatmodjo, 2014). Pengetahuan yang baik dapat didukung oleh penggunaan suplemen penambah berat badan yang baik pula.

Pada faktor media promosi didapatkan nilai *p-value* 0,177 sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor media promosi tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan penggunaan suplemen penambah berat badan. Hasil ini sejalan dengan (Rizkia *et al.*, 2022) yang menyatakan bahwa tidak terdapat hubungan antara media promosi dengan penggunaan suplemen penambah berat badan dengan nilai *p-value* 0,572. Diketahui bahwa media promosi tidak memiliki hubungan yang bermakna terhadap persepsi dalam penggunaan suplemen penambah berat badan.

Selain faktor pengetahuan dan media promosi, terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pengambilan keputusan dalam penggunaan suplemen penambah berat badan seperti pribadi konsumen, psikologi, pengetahuan, konsep diri dan sikap. Sedangkan faktor eksternal berupa budaya, sosial, media promosi dan motivasi (Saputri and Yuliani, 2020).

SIMPULAN

Dalam pengambilan keputusan pembelian suplemen penambah berat badan diketahui bahwa faktor pengetahuan memiliki pengaruh dengan nilai *p-value* 0,000, sedangkan media promosi tidak memiliki pengaruh dengan nilai *p-value* 0,177.

DAFTAR PUSTAKA

- Alidia, F. (2018) 'Body Image Siswa Ditinjau Dari Gender', *Tarbawi: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 14(02), pp. 79–92. doi: 10.32939/tarbawi.v14i2.291.
- Anissa, D. D. and Dewi, R. K. (2021) 'Peran Protein: ASI dalam Meningkatkan Kecerdasan Anak untuk Menyongsong Generasi Indonesia Emas 2045 dan Relevansi Dengan Al-Qur'an', *Jurnal Tadris IPA Indonesia*, 1(3), pp. 427–435. doi: 10.21154/jtii.v1i3.393.
- Azizah, W. Al (2017) 'Partisipasi Masyarakat Dalam Posyandu Di Kecamatan Sidoarjo Weni', *JURNAL KEBIJAKAN DAN MANAJEMEN PUBLIK*, 5(2), pp. 229–244.

- Balaram, Naik, P. K., Jayadev, M. and Marshal, V. R. (2013) 'Faktor-faktor yang Berhubungan dengan Konsumsi Suplemen Asam Amino pada Anggota Fitness Centre Syahida Inn Uin Syarif Hidayatullah Jakarta', *J Conserv Dent*. 2013, 16(4), p. 2013.
- Danardono, H. (2018) 'Suplemen Creatine sebagai Solusi untuk Pemulihan', *Jurnal Ilmiah PENJAS*, 4(3), pp. 70–84.
- Darsini, Fahrurrozi and Cahyono, E. A. (2019) 'Pengetahuan; Artikel Review', *Jurnal Keperawatan*, 12(1), pp. 95–107.
- Festy, P. (2018) *Buku Ajar Gizi dan Diet - Google Buku*, UM Surabaya Publishing. Surabaya.
- Gasmi, A. *et al.* (2020) 'Micronutrients as immunomodulatory tools for COVID-19 management', *Clinical Immunology*, (220), pp. 2–9.
- Hardani and Andriani, H. (2017) *Metode Penelitian Kualitatif&Kuantitatif*.
- Hidayah, N. (2021) 'Efek Pemberian Zink Terhadap Pertumbuhan Gangguan Pertumbuhan the Effect Zinc Administration on the Growth of Efek Pemberian Zink Terhadap Pertumbuhan', *Jurnal Pendidikan Kedokteran Indonesia*, 1.
- Joyo, W. D. S. W. P., Holik, A. and Iska, L. N. (2021) 'Efek Usia dan Tingkat Pendidikan terhadap Kinerja Tenaga Bantu Penyuluh Pertanian', *Jurnal Penyuluhan*, 17(1), pp. 52–59. doi: 10.25015/17202131614.
- Kristanti, M. W. and Ramadhania, Z. M. (2020) 'Evaluasi Kesesuaian Sistem Penyimpanan Obat, Suplemen, dan Kosmetik Eceran pada Salah Satu Gudang Pedagang Besar Farmasi (PBF) di Jakarta Pusat', *Majalah Farmasetika*, 5(2), pp. 49–56. doi: 10.24198/mfarmasetika.v5i2.26258.
- Mawaddah, Sakung J and Jufri M (2020) 'Analisis Perbedaan Pengetahuan Remaja Umur 12–19 Tahun di Desa Tinggede Selatan Tentang Risiko Pernikahan Dini di Melalui Penyuluhan Kesehatan', *Jurnal Kolaboratif Sains*, 03(01), pp. 23–27.
- Melviani, M. *et al.* (2021) 'Gambaran Penggunaan dan Penyimpanan Obat oleh Masyarakat di Kota Banjarmasin Tahun 2020', *Jurnal Surya Medika*, 7(1), pp. 123–127. doi: 10.33084/jsm.v7i1.2648.
- Muh. Ansyar Rasyid. (2021) 'No Title', p. 39.
- Muharam, W. and Soliha, E. (2017) 'Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio', *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papaers Unisbank*, pp. 755–762.
- Naim, A. M. (2022) 'Studi Metode Korelasi Pengetahuan Masyarakat Tentang Manfaat Vitamin C Dan Konsumsi Suplemen Vitamin C Di Desa Jipo Kecamatan Kepohbaru Kabupaten Bojonegoro'.
- Nugroho, E. P. *et al.* (2021) 'Immunohistochemical Detection of Coxiella burnetii in Cattle

- Spleen Organs from Ampel Slaughterhouse, Boyolali Regency', *Jurnal Medik Veteriner*, 4(1), p. 48. doi: 10.20473/jmv.vol4.iss1.2021.48-55.
- Pertiwi, T. L. (2022) 'Hubungan Status Gizi Terhadap Pola Makan, Aktivitas Fisik, Dan Kebiasaan Konsumsi Suplemen Pada Masa Pandemi Covid-19', *Nutrizione: Nutrition Research And Development Journal*, 2(1), pp. 48–52. doi:
- Praditasari, J. A. and Sumarmik, S. (2018) 'Asupan Lemak, Aktivitas Fisik Dan Kegemukan Pada Remaja Putri Di Smp Bina Insani Surabaya', *Media Gizi Indonesia*, 13(2), p. 117. doi: 10.20473/mgi.v13i2.117-122.
- Rangkuti, Eka Putri Ramadani, Nasution, E. and Lubis, Z. (2017) 'Hubungan Asupan Gizi Dan Konsumsi Rokok dengan Kadar Hemoglobin Pada Remaja Laki-laki Usia 15-18 Tahun Di Kelurahan Wek I Kecamatan Padangsindimpuan Utara', pp. 1–11.
- Rizkia, F. A. *et al.* (2022) 'Pengaruh Media Komunikasi terhadap Kesesuaian dan Penggunaan Suplemen di Masyarakat Kota Surabaya Saat Pandemi COVID-19', *Jurnal Farmasi Komunitas*, 9(1), pp. 67–73. doi: 10.20473/jfk.v9i1.24139.
- Ruhamak, M. D. (2016) 'Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Air Minum Merk Aqua (Studi Kasus Di Ud Budi Jaya Kediri)', *Ekonika: Jurnal ekonomi universitas kadiri*, 1(1), pp. 38–49. doi: 10.30737/ekonika.v1i1.8.
- Santika, I. G. P. N. A. and Subekti, M. (2020) 'Hubungan Tinggi Badan dan Berat Badan Terhadap Kelincahan Tubuh Atlet Kabaddi', *Jurnal Pendidikan Kesehatan dan Rekreasi*, 6(1), pp. 18–24.
- Saputri (2020) 'Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk suplemen Vitamin C di Bojonegoro', *JAPRI (Jurnal Penjas dan Farmasi)*, 3, pp. 44–52.
- Saputri, R. K. and Yuliani, E. (2020) 'Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk suplemen Vitamin C di Bojonegoro', *JAPRI (Jurnal Penjas dan Farmasi)*, 3, pp. 44–52.
- Sari, H. U. *et al.* (2022) 'Penerapan Metode Vikor untuk Membantu Pemilihan Suplemen Penambah Berat Badan Berdasarkan Usia', 3(1), pp. 592–598.
- Sugiar, I. E. and Dieny, F. F. (2018) 'Hubungan Body Image Dengan Asupan Energi Dan Protein Serta Perilaku Konsumsi Suplemen Pada Mahasiswa Di Semarang', *Journal of Nutrition College*, 7(1), pp. 31–38. doi: 10.14710/jnc.v7i1.20779.
- Sulistiarni and Hargono, R. (2018) 'Hubungan Perilaku Hidup Sehat Dengan Status Kesehatan Pada Masyarakat Kelurahan Ujung', *Jurnal PROMKES*, 6(1), pp. 12–22. doi: 10.20473/jpk.v6.i1.2018.12-22.

- Susanti, D. I. and Susilowati, E. (2020) 'Profil Penggunaan Suplemen Oleh Masyarakat Yang Berkunjung Di Apotek Hatawa Farma', *Doctoral dissertation, Akademi Farmasi Putra Indonesia Malang*.
- Techinamuti, N. and Pratiwi, R. (2018) 'Review: Metode Analisis Kadar Vitamin C', *Farmaka*, 16(2), pp. 309–315.
- Utami, B. A., Zain, H. and Mawarta, O. S. (2015) 'Pengaruh Harga, Pendapatan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di D'Kranji Residence Tahap II Bekasi Barat', *Journal of Epigram*, 12(2), pp. 91–98.