

LOYALITAS PENGUKURAN PENGGUNAAN VASELINE PETROLEUM JELLY PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MEDIKA SUHERMAN

Dewi Safitri¹, Embriana Dinar Pramestyani^{2*}, Salma Hilmy Rusydi Hashim³

^{1,2,3}Program Studi Farmasi, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Medika Suherman

Email: dinar@medikasuherman.ac.id

Abstract

The feet get dry and start to crack apart when exposed to hot sunshine, UV A rays, which are said to be able to immediately sook into the dermis layer, are one of the rays that can impair the skin's elasticity. This study seeks to measure the satisfaction of Suherman Medika University consumers with using Vaseline petroleum jelly for dry feet (Xerosis) and fractured rupture (Keratoderma) through product quality, buying interest, price, and lifestyle factors. The whole student study program at Suherman Medical University was the source of the research data for this study, wich employed quantitative descriptive methodologies and questionnaire – based data collecting. Using SPSS version 22 for data analysis, descriptive analysis and Net Promoter Score (NPS) were conducted. With an average NPS of 56,25%, study's findings demonstrate that consumers are extremely devoted to Vaseline petroleum jelly products. This category enjoys extremely high customer satisfaction rates, is simple to use, and helps moisturize skin when applied. Very loyal customers have NPS scores of greater than 50, loyal customers have scores between 0 and 50, while disloyal customers have scores below 0.

Keywords: UV ray, Vaseline Petroleum Jelly, Loyalty, Net Promoter Score (NPS)

Abstrak

Paparan sinar matahari yang cukup panas menyebabkan kaki menjadi kering dan pecah – pecah. Salah satu sinar yang dapat mempengaruhi elastis pada kulit adalah sinar UV A, diklaim dapat langsung menyerap ke lapisan dermis. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengukuran loyalitas konsumen melalui kualitas produk, minat beli, harga dan gaya hidup terhadap kepuasan penggunaan Vaseline petroleum jelly untuk kaki kering (*Xerosis*) dan pecah – pecah (*Keratoderma*) pada mahasiswa Universitas Medika Suherman. penelitian ini menggunakan metode deskriptip kuantitatif dan sumber data penelitian ini adalah seluruh prodi mahasiswa/ Universitas Medika Suherman dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. analisis data menggunakan analisis deskriptif dan *Net Promoter Score* NPS yang diolah menggunakan SPSS versi 22. Hasil penelitian ini menunjukkan konsumen berkategori sangat loyal terhadap produk Vaseline petroleum jelly dengan rata – rata NPS 56,25%, mendapatkan kategori sangat loyal karena pelayanan yang sangat baik, Vaseline juga mudah digunakan, dan dapat melembabkan saat digunakan. Kategori sangat loyal ditunjukkan dengan nilai NPS > 50, loyal dengan nilai NPS = 0 – 50, dan tidak loyal dengan nilai NPS < 0.

Kata kunci: Sinar Uv, Vaseline Petroleum Jelly, Loyalitas, *Net Promotere Score* NPS

A. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang beriklim tropis dengan paparan sinar matahari yang cukup besar, kerena terletak ditengah garis khatulistiwa (Nurhidayah A, 2021). Paparan sinar matahari terdiri dari sinar ultra violet (UV), dimana sinar UV

dibagi menjadi tiga yaitu UV A, UV B, UV C. Salah satu sinar yang dapat mempengaruhi kondisi kulit seperti elastis pada kulit adalah sinar UV A. Karena paparan sinar UV A diklaim dapat menyerap langsung ke lapisan dermis. Paparan sinar UV A yang berlebih dapat merusak kulit, seperti kulit

kering yang merupakan salah satu masalah kulit yang paling sering terjadi.

Permasalahan pada kulit kaki yang kurang diperhatikan oleh setiap orang sehingga timbul suatu masalah pada kulit kaki. Kulit kaki yang kering terjadi akibat hilangnya lipid kulit dan faktor – faktor kelembapan yang alami (Arel & Ningsih, 2022). Kulit kaki yang kering dapat diatasi dengan menggunakan pelembab. Pelembab diketahui dapat menghidrasi kulit, melembutkan kulit, dan mengurangi tingkat kekeringan pada kulit. Pelembab sangat penting untuk perawatan kulit setiap hari, karena pelembab akan membuat kulit lebih lembut, cerah dan sehat (Santoso et al., 2020). Salah satu pelembab yang dapat digunakan untuk membuat kulit menjadi lebih lembab, halus dan sehat adalah vaseline petroleum jelly. Vaseline petroleum jelly merupakan kosmetik yang berperan sebagai pelembab (*moisturizer*) untuk melindungi kulit dengan cara membentuk lapisan lemak tipis di permukaan kulit, sehingga vaseline petroleum jelly ini dapat mencegah penguapan air pada kulit agar kulit menjadi lebih lembab dan lembut, terutama pada bagian tumit kaki. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui loyalitas penggunaan *vaseline petroleum jelly* pada mahasiswa Universitas Medika Suherman.

B. METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode penelitian deskriptif kuantitatif, dimana data yang diperoleh diuraikan dengan jelas dan terperinci (Laurensia et al., 2020). Variabel independen yang diteliti adalah jenis kelamin, usia, pendidikan/pekerjaan, pendapatan, sedangkan variabel dependen adalah loyalitas pengukuran konsumen pengguna produk vaseline petroleum jelly yaitu kualitas produk, minat beli, harga, dan gaya hidup. sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa hasil pengujian dari sebuah tanggapan kuesioner yang diperoleh secara langsung dari responden mahasiswa/i Universitas Medika Suherman yang sudah menggunakan vaseline petroleum jelly yang dijadikan responden dalam penelitian ini. kuesioner yang digunakan merupakan kuesioner yang sudah tervalidasi dan reabilitas sebelumnya dengan menggunakan taraf signifikansi 0,1.

Teknik Pengambilan sampel

Dalam penelitian ini sampel dipilih berdasarkan kriteria sebagai berikut : seluruh mahasiswa/i program studi Universitas Medika Suherman yang sudah menggunakan produk vaseline petroleum jelly. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan peneliti menggunakan rumus Lameshow, dikarenakan jumlah sampel yang digunakan populasinya belum diketahui, sehingga jumlah sampel diestimasi menggunakan rumus Lameshow sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 P (1 - P)}{D^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel yang dibutuhkan

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel, yaitu 80%

P = Proporsi konsumen, nilai idealnya 0,5

D = Deviasi, nilai idealnya 10 % dan 5 %

$$n = \frac{Z^2 P (1 - P)}{D^2}$$

$$n = \frac{1,28^2 \times 0,5 (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = 40,96 \sim 41$$

Perhitungan *Net Promoting Score (NPS)*

Net promoting score (NPS) adalah sebuah alat yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat loyalitas konsumen perusahaan atau sebagai pengukuran alternatif dan pengukuran kepuasan konsumen, tradisional *Bergevin* dalam (Angriani et al., 2023). *NPS* ini dimulai dengan meminta ulasan dari konsumen untuk menilai kuesioner dengan angka 0 – 10, kemudian berdasarkan angka yang didapat sebagai jawaban tersebut buat pelanggan menjadi tiga kategori sesuai dengan angka yang mereka pilih :

a. *Promoter*, adalah loyal konsumen yang akan terus membeli atau menggunakan suatu produk dan mempromosikan bisnis atau suatu produk tersebut kepada orang lain. Konsumen ini memberikan nilai 9 – 10.

b. *Passive*, adalah konsumen yang tidak memberikan respon positif maupun negative, dalam arti lain konsumen yang cukup puas, namun masih acuh tak acuh terhadap suatu produk dan masih bisa terpengaruh oleh kompetitor lain. Konsumen yang memberikan nilai 7 – 8.

c. *Detractor*, adalah konsumen yang memberikan nilai negative karena merasa tidak puas dengan suatu produk tersebut. Konsumen ini yang memberikan nilai 0 – 6.

Tabel 1. Parameter Net Promoter Score

No	Net Promoter Score	Ukuran Net Promoter Score
1	NPS < 0	Tidak Loyal
2	NPS = 0 – 5	Loyal
3	NPS > 50	Sangat Loyal

Cara untuk menghitung *Net Promoter Score* (NPS) dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{NPS} = \% \text{ Promoter} - \% \text{ Detractor}$$

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Tabel 2. Karakteristik Jenis Kelamin

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat dilihat bahwa jenis kelamin yang mendominasi para konsumen vaseline petroleum jelly adalah perempuan sebanyak 36 orang dengan presentase 88% dibandingkan dengan laki – laki yang berjumlah 5 orang dengan presentase 12% yang demikian perempuan memiliki minat, kebutuhan yang lebih banyak dibandingkan laki – laki. Oleh karena itu perempuan dinyatakan bahwa membeli

Parameter	Pilihan	Jumlah	Persentase	Kesimpulan
Jenis Kelamin	Perempuan	36	88%	Perempuan
	Laki - laki	5	12%	
Total Responden :		41	100%	

produk kosmetik merupakan kebutuhan sosial, sedangkan konsumen laki – laki lebih mementingkan fungsi utama produk dari pada fungsi sekunder. Selain itu wanita dipertimbangkan lebih memperhatikan penampilan mereka.

Tabel 3. Karakteristik Usia

Parameter	Pilihan	Jumlah	Persentase	Kesimpulan
Usia	17 – 25 tahun	40	98%	17- 25 tahun
	26 – 35 tahun	1	2%	

Total Responden	41	100%
-----------------	----	------

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa usia responden didominasi oleh usia 17 – 25 tahun sebanyak 40 orang dengan presentase 98%, dibandingkan usia 26 – 35 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase sebanyak 2%. Proporsi demikian menunjukkan bahwa usia – usia awal (17 – 25 tahun) memiliki minat yang lebih besar untuk menggunakan produk kosmetik sebagai perawatan.

Tabel 4. Karakteristik Pekerjaan

Parameter	Pilihan	Jumlah	Persentase	Kesimpulan
Pekerjaan	Mahasiswa/i	41	100%	Mahasiswa/i
Total Responden :		41	100%	

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa sebagian besar pekerjaan responden adalah mahasiswa/i berjumlah sebanyak 41 orang dengan presentase sebanyak 100%, sebagaimana seorang mahasiswa dikategorikan pada tahap perkembangan yang usianya 18 – 25 tahun. Tahap ini digolongkan pada masa remaja akhir sampai dewasa awal dilihat dari segi perkembangannya. Perkembangan pada usia mahasiswa ini ialah pemantapan pendirian hidup. Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa ialah peserta didik yang terdaftar dan menjalani pendidikannya di perguruan tinggi baik akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas.

Tabel 5. Karakteristik Pendapatan

Parameter	Pilihan	Jumlah	Persentase	Kesimpulan
Pendapatan	< Rp.500.000	28	68%	< Rp. 500.000
	Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000	10	25%	
	Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000	2	5%	

> Rp. 5.000.000	1	2%
Total Responden :	41	100%

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa banyaknya responden yang memiliki pendapatan sebesar Rp. <500.000 per bulan sebanyak 28 orang dengan persentase sebanyak 68%, Rp. 500.0000 – Rp. 1.000.000 per bulan sebanyak 10 orang dengan persentase sebanyak 25%, Rp. 1.000. 000 – Rp. 5.000.000 per bulan sebanyak 2 orang dengan presentase sebanyak 5%, dan Rp. > 5.000. 000 per bulan sebanyak 1 orang dengan persentase sebanyak 2%. Berdasarkan dari tabel 5 diketahui bahwa pendapatan responden tidak < dari Rp. 500.000 per bulan, karena responden masih menjadi mahasiswa dan belum memiliki pekerjaan sehingga tidak memiliki pendapatan yang tetap.

B. Hasil Promoter Score (NPS)

Tabel 6. Rekapitulasi Jawaban Pernyataan Responden

% Promoter - % Detractor		
Faktor	Pernyataan	NPS
Kualitas Produk	Pernyataan 1	49 %
	Pernyataan 2	51%
	Pernyataan 3	63%
Minat Beli	Pernyataan 4	41%
	Pernyataan 5	46%
	Pernyataan 6	49%
Harga	Pernyataan 7	56%
	Pernyataan 8	63%
	Pernyataan 9	66%
Gaya Hidup	Pernyataan 10	71%
	Pernyataan 11	66%
	Pernyataan 12	54%

Berdasarkan 12 pernyataan yang sudah dianalisis menggunakan NPS disimpulkan terdapat 12 pernyataan yang menjawab sebagai promoter yang memberi nilai 9 – 10. Skor 9 – 10 dinamakan konsumen positif dimana konsumen ini akan sukarela dan semangat merekomendasikan suatu produk atau merek kepada orang lain, dari sebagian besar yang memberikan nilai 9 – 10 mendapatkan tingkat predikat loyal. Secara makna loyal berarti

setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Loyalitas lebih ditunjukkan kepada suatu perilaku, dengan pembelian secara teratur terhadap produk *vaseline petroleum jelly*, dan merekomendasikan kepada orang lain.

Merujuk pada analisis data diatas menyatakan bahwa *vaseline petroleum jelly* mendapatkan tingkat predikat sangat loyal dari hasil rata – rata (NPS nya sebesar 56,25%) dari yang terkecil 41% - terbesar 71%. *Vaseline petroleum jelly* dapat dikatakan sangat loyal karena mnedapatkan nilai positif dari konsumen. Hal tersebut di buktikan berdasarkan kemasan dari *vaseline petroleum jelly* sudah mendapatkan nilai yang positif. Selain itu terbukti memiliki kandungan 100% *petroleum jelly*, yang dimana tidak semua pelembab persis mengandung 100 % *petroleum jelly* yang dapat diketahui bahwa kualitasnya tidak diragukan lagi, seperti simbol kecil dibelakang kemasan, dimana produk ini bisa dimanfaatkan salah satunya untuk merawat tumit kaki yang kering. *Vaseline* tidak memiliki aroma sama sekali dan teksturnya *thick*, meski memiliki tekstur yang tebal, tetapi saat bersentuhan dengan kulit dan dibaurkan, produk akan *melt* dan menyerap dikulit.

D. PENUTUP Simpulan

Berdasarkan hasil perhitungan NPS yang terdiri dari 12 pernyataan dapat disimpulkan bahwa sebagian besar loyalitas penggunaan *vaseline petroleum jelly* terhadap kulit kaki kering (*Xerosis*) dan pecah – pecah (*Keratoterma*) pada mahasiswa Universitas Medika Suherman berada pada level sangat loyal dengan angka NPS sebesar 56,25% , ini berarti secara keseluruhan konsumen merasa sangat puas terhadap pelayanan yang telah diberikan *vaseline petroleum jelly* . Namun demikian masih diperlukan dalam hal pelayanan, agar konsumen yang puas dengan produk *vaseline* semakin meningkat.

3. Selain itu berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan faktor – faktor yang berperan untuk mengetahui pengukuran loyalitas konsumen *vaseline petroleum jelly* bahwa variabel kualitas produk, minat beli, harga dan gaya hidup berperan positif pada keputusan pembelian *vaseline petroleum jelly*.

Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Hendaknya penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan untuk mengetahui pengguna *vaseline petroleum jelly* dengan penyakit penyerta lainnya, serta dapat mengembangkan penelitian ini dengan objek yang berbeda dan menambah variabel lain.

2. Bagi Institusi

Diharapkan dapat menambah pengetahuan dan menambah referensi bagi perkembangan ilmu dalam bidang kefarmasian mengenai pengukuran loyalitas penggunaan *vaseline* untuk kaki kering dan pecah - pecah

3. Bagi Produsen

Diharapkan perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik, agar nilai promoternya meningkat.

E. DAFTAR PUSTAKA

Angriani, H., Muawwal, A., Informasi, S., & Score,

N. P. (2023). *ANALISIS PELANGGAN SMART CATERING MENGGUNAKAN METODE*. 01, 151–164.

Arel, A., & Ningsih, W. (2022). *Forte Journal*. *Forte Journal*, 02(01), 67–73.

Laurensia, B., Sitanggang, H. J., Marta, R. F., Daniar, A., & Menayang, A. P. (2020). Integrasi Orkestrasi Pemasaran dengan Filosofi Dwi Sapta pada Kasus *Vaseline Healing Project*. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 28–41. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.38>

Nurhidayah A. (2021). Identifikasi Jamur Patogen Penyebab Dermatofitosis. *Program Studi Teknologi Laboratorium Medik, Fakultas Ilmu Keperawatan Dan Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, 5, 8–17.

Santoso, J., Triana, L., Wulandari, R. S., Zusvita, E., Rohmatika, D., Prameswari, A., & Rahardjo, R. (2020). PENGARUH STABILITAS FISIK KRIM EKSTRAK DAUN KELOR (*Moringa oleifera*, Lamk.) TERHADAP VARIASI VASELIN ALBUM SEBAGAI OBAT JERAWAT. *Jurnal Kesehatan Kusuma Husada*, 227–233.