



**PENGARUH LOYALITAS *BRAND TRUST* DAN PENGETAHUAN IBU  
DENGAN BATITA PENGGUNA DIAPERS TERHADAP KEJADIAN  
*DIAPER RASH* DI KOMUNITAS GENDONGAN ERGONOMIS *AE*  
*BABYWEARER* DI KARESIDENAN MADIUN**

***THE INFLUENCE OF BRAND TRUST LOYALTY AND KNOWLEDGE OF  
MOTHERS WITH TODDLERS USING DIAPERS ON THE INCIDENCE  
OF DIAPER RASH IN THE ERGONOMIC GENDONGAN *AE*  
BABYWEARER COMMUNITY IN MADIUN RESIDENTAL***

**Retno Hendrajani\***

Jurusan Farmasi, Fakultas Farmasi, STIKES Bhakti Husada Mulia Madiun, Jalan Taman Praja Nomor  
25 Madiun

\*e-mail: [retnohendrayani68@gmail.com](mailto:retnohendrayani68@gmail.com)

***Abstract***

*Toddlers have problems that are especially vulnerable to the skin. The use of diapers in toddlers needs to be considered because it can have several negative effects, one of which is diaper rash. The emergence of diaper rash (diaper rash) due to the use of diapers that are not appropriate, including the use of too long, diaper-wearing babies are intolerant of diaper material and other factors that trigger diaper rash. So the need for mother's knowledge in choosing diapers and consumer loyalty and trust in certain diaper brands can reduce the incidence of diaper rash. To analyze the influence of brand trust loyalty and knowledge of mothers with toddlers who use diapers on the incidence of diaper rash in the AE Babywearer Ergonomic Carrier Community in Madiun Residency. This research is a quantitative study with a cross-sectional research design. The sampling technique used purposive sampling with a total sample of 30 people. The sample in this study were mothers who had toddlers who used diapers in the AE babywearer ergonomic carrier community in the Madiun Residency. Collecting data using a questionnaire and analyzing data using a regression test. There is no significant effect of trust brand loyalty directly on the incidence of diapers rash. This shows that the obtained value from the Partial Test (t-test) produces a value of 0.205 with a significance value of 0.839; There is a significant influence on the mother's knowledge about diapers directly on the incidence of diapers rash. This shows that the obtained value from the Partial Test (t-test) produces a value of 3.244 and a significance value of 0.003; There is a significant influence of brand trust loyalty and mother's knowledge regarding the use of diapers directly on the incidence of diapers rash. This shows that the obtained value from the Simultaneous Test (F-Test) produces a value of 3.09 with a significance value of 0.000. There is a positive and significant influence between brand trust loyalty and knowledge of mothers and toddlers who use diapers on the incidence of diaper rash in the AE Babywearer ergonomic carrier community in the Madiun Residency.*

**Keywords:** *Brand Trust Loyalty, Knowledge, Mother, Toddler, Diaper Rash*

**Abstrak**

Batita memiliki masalah yang rentan terutama pada kulit. Penggunaan *diapers* pada batita perlu diperhatikan karena dapat menghasilkan beberapa konsekuensi negatif, termasuk salah satunya adalah *diaper rash*. Timbulnya *diaper rash* (ruam popok) karena pemakaian *diaper* yang tidak tepat, antara lain

*This is an open access article under the CC BY-SA license*



pemakaian terlalu lama, bayi pemakai diaper intoleran terhadap bahan diaper dan faktor –faktor lain pencetus terjadinya *diaper rash*. Maka perlunya pengetahuan Ibu dalam pemilihan *diapers* dan loyalitas serta kepercayaan konsumen terhadap *diapers* merek tertentu dapat mengurangi kejadian *diaper rash*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *loyalitas brand trust* dan pengetahuan ibu dengan batita pengguna *diapers* terhadap kejadian *diaper rash* di Komunitas Gendongan Ergonomis *AE Babywearer* di Karesidenan Madiun. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan desain penelitian *cross sectional*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 30 orang. Sampel pada penelitian ini adalah Ibu yang memiliki anak balita yang menggunakan diaper di komunitas gendongan ergonomis *AE babywearer* di Karesidenan Madiun. Penelitian ini mengumpulkan data dengan menggunakan kuesioner dan Analisa data menggunakan uji regresi. Terdapat pengaruh signifikan *loyalitas trust brand* secara langsung terhadap kejadian *diapers rash*. Hal ini menunjukkan dengan diperoleh nilai dari Uji Parsial (Uji-t) menghasilkan nilai sebesar 0,205 dengan nilai signifikansi sebesar 0,839; Ada pengaruh signifikan pengetahuan pada Ibu mengenai *diapers* secara langsung terhadap kejadian *diapers rash*. Hal ini menunjukkan dengan diperoleh nilai dari Uji Parsial (Uji-t) menghasilkan nilai sebesar 3,244 dan nilai signifikansi sebesar 0,003; Ada pengaruh signifikan *loyalitas brand trust* dan pengetahuan Ibu mengenai penggunaan *diapers* secara langsung terhadap kejadian *diapers rash*. Hal ini menunjukkan dengan diperoleh nilai dari Uji Simultan (Uji-F) menghasilkan nilai sebesar 3.09 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000.

**Kata Kunci:** *Loyalitas Brand Trust*, Pengetahuan, Ibu, Balita, *Diapers Rash*

## PENDAHULUAN

Praktek penggunaan popok sekali pakai beberapa tahun ini di Indonesia telah menjadi prevalen dan mudah diakses oleh masyarakat, dengan ketersediaan berbagai jenis dan harga yang terjangkau. Berdasarkan hasil survei Sigma Research (2017), presentase tingkat pemakaian popok sekali pakai di Indonesia sebesar 97,1%. Mayoritas ibu memilih popok sekali pakai sebagai alternatif utama dibandingkan dengan popok kain karena dianggap lebih efisien dalam penggunaannya. Namun, perlu dilakukan tindakan berhati-hati saat menerapkan penggunaan popok sekali pakai pada bayi dan balita karena dapat menimbulkan dampak negatif terhadap kesehatan kulit mereka. Penggunaan popok secara terus-menerus dan dalam jangka waktu yang panjang dapat meningkatkan tingkat sensitivitas kulit bayi, berpotensi menyebabkan iritasi kulit. Oleh karena itu, kulit bayi menjadi lebih cenderung sensitif dan berisiko terhadap gangguan kulit. Masalah umum yang kerap dihadapi adalah kemunculan iritasi pada kulit yang dikenal sebagai ruam popok atau *diaper rash* [Odio And Thaman, 2014].

Sebanyak 50% bayi pernah mengalami ruam popok, suatu gangguan kulit yang umum terjadi pada bayi. Prevalensi tertinggi terlihat pada bayi yang berusia antara 9-12 bulan, dengan angka kejadian bervariasi dari 7,1% hingga 61%. Di Inggris, ditemukan bahwa sekitar 25% bayi mengalami ruam popok. Sebuah studi menunjukkan bahwa sekitar 54%

bayi yang berusia 1 bulan mengalami ruam popok setelah menggunakan popok [Aisyah, 2016]. Hasil penelitian lain juga mendukung temuan ini, menunjukkan bahwa kejadian ruam popok dapat berkisar antara 15% hingga 50% [Adalat, 2007].

Penyebab ruam popok tidak dapat diatributkan pada satu kondisi tunggal. Ruam popok, jenis yang paling umum, sering kali disebabkan oleh kombinasi faktor seperti kelembaban berlebih, iritasi, dan paparan yang berlangsung lama terhadap urine atau tinja yang terkandung dalam popok. Kulit yang terpapar kelembaban berlebih menjadi lebih rentan terhadap kerusakan akibat gesekan dengan benda-benda di sekitarnya, seperti lapisan tisu pada popok diaper [Shin, 2014]. Tingginya kelembaban pada popok, terutama disebabkan oleh urine yang terperangkap di dalam lapisan bagian dalam diaper, membuat kulit bayi menjadi lebih rentan terhadap pengembangan ruam popok, khususnya di area lipatan paha bagian dalam [Serdaroğlu And T. K. Üstünbaş, 2010]. Setelah kulit mengalami kerusakan, tidak ada lagi penghalang alami yang efektif terhadap risiko infeksi. Pada kondisi ini, kulit menjadi lebih rentan terhadap serangan ragi (mikroorganisme), yang dapat menyebabkan kasus yang lebih serius [Blume-Peytavi And V. Kanti, 2018].

Di Indonesia, berdasarkan Data Statistik Divisi Dermatologi Pediatrik Poliklinik Kulit Anak RS Cipto Mangunkusumo Jakarta periode tahun 2005-2009, sekitar satu dari tiga bayi atau

balita mengalami ruam popok dengan angka mencapai 7-35%, kondisi ini mempengaruhi baik bayi laki-laki maupun perempuan yang berusia dibawah tiga tahun. Berdasarkan data dari Kimberly A. Horii dan John Mersch pada tahun 2010, *diaper dermatitis* memiliki prevalensi sekitar 10-20% dalam praktik spesialis anak di Amerika. Selain itu, prevalensi ruam popok pada bayi berkisar antara 7-35%, dengan angka tertinggi terjadi pada usia 9-12 bulan [Suhadi and Caroline, 2019]. Data dari Organisasi kesehatan dunia (WHO) pada tahun 2012 mengindikasikan tingginya prevalensi iritasi kulit, yang diindikasikan oleh ruam popok, pada bayi usia 0-12 bulan. Sebanyak 25% dari total 6.840.507.000 bayi yang baru lahir di seluruh dunia mengalami ruam popok akibat penggunaan *diaper* [Sakinah and SUhardi, 2018].

Pendidikan yang akurat dan tepat yang disampaikan kepada ibu dari bayi mengenai langkah-langkah pencegahan ruam popok menjadi suatu aspek yang sangat krusial. Hal ini sebaiknya dilakukan sebelum terjadinya ruam popok, dengan tujuan untuk mencegah bayi dari risiko mengalami kondisi yang dikenal sebagai *diaper rash*. Selain itu, pendidikan ini juga dapat mempersiapkan ibu untuk mengambil langkah-langkah pencegahan yang diperlukan dan, jika diperlukan, memberikan pengobatan yang sesuai saat bayi mengalami ruam popok. Langkah-langkah ini sebaiknya diarahkan oleh perawatan kesehatan yang tersedia, memastikan bahwa respons terhadap kondisi ini sesuai dengan prinsip-prinsip medis yang terkini.

*Diaper rash* merupakan kondisi kelainan kulit yang umumnya terjadi pada bayi. Pada umumnya, ruam popok ini terbatas pada area genital dan perineal, tidak merata atau melibatkan seluruh bagian kulit, melainkan hanya area yang terkena popok pada bayi. Beberapa faktor penyebab utama yang menyebabkan timbulnya ruam popok melibatkan aspek fisik, kimiawi, enzimatis, dan mikroba yang umumnya tidak memiliki keterkaitan langsung dengan popok itu sendiri. Jika popok yang terkontaminasi tidak segera diganti, terdapat potensi pembentukan garam empedu dan zat pengiritasi lainnya dalam tinja. Proses ini dapat mengurai lapisan lipid pelindung dan protein yang terdapat di stratum korneum kulit bayi [Fluhr, et al., 2012]. Kombinasi antara urine dan feses memiliki potensi untuk meningkatkan tingkat keasaman (pH) pada kulit, yang selanjutnya dapat memicu

aktivasi enzim yang terdapat dalam feses. Proses ini memiliki peran yang signifikan dalam menyebabkan iritasi pada kulit. Selain itu, gesekan dan abrasi mekanis, terutama jika kulit terkontaminasi, juga dapat berkontribusi sebagai penyebab iritasi. Selanjutnya, kegagalan dalam melakukan penggantian popok secara teratur dan membiarkan popok terpasang dalam jangka waktu yang lama dapat menghasilkan peningkatan tingkat hidrasi pada kulit, yang pada gilirannya meningkatkan kerentanan terhadap iritasi [Visscher, et. al., 2015].

Ketidaknyamanan ibu dalam menggunakan popok kain pada bayinya lebih dikaitkan dengan pertimbangan ketidakpraktisan, terbatasnya waktu untuk mencuci, dan alasan-alasan lain, walaupun dari sisi ekonomi, ibu perlu menganggarkan biaya yang signifikan untuk membeli popok sekali pakai (*diaper*) [Irfanti, et. al., 2020]. Kurangnya pengetahuan ibu mengenai penggunaan yang aman dari *diaper* pada bayi berimplikasi pada dampak dan risiko yang perlu dihadapi oleh bayi yang menggunakan *diaper*. Salah satu konsekuensi dari penggunaan *diaper* yang tidak tepat adalah munculnya ruam popok (*diaper rash*), yang dapat disebabkan oleh faktor-faktor seperti pemakaian *diaper* yang berlangsung terlalu lama, ketidaktoleranan bayi terhadap bahan dalam *diaper*, dan berbagai faktor pencetus lainnya.

Memberikan edukasi yang tepat kepada ibu bayi dapat mengurangi risiko terjadinya *diaper rash* pada bayi dan memungkinkan ibu untuk mengambil tindakan pengobatan yang sesuai jika bayi mengalami *diaper rash* dan mendapatkan perawatan di fasilitas kesehatan yang tersedia. Pemilihan produk *diaper* oleh ibu batita, baik dalam hal kualitas, harga, maupun keputusan untuk membeli dan menggunakan merek tertentu, dapat sangat membantu ibu batita memilih produk *diaper* yang aman bagi kesehatan bayi, dengan mempertimbangkan faktor-faktor dan risiko yang timbul dari kebijakan memilih produk *diaper* dari merek tertentu.

Pengetahuan ibu tentang perawatan popok bayi memiliki implikasi yang signifikan dalam mencegah terjadinya *diaper rash*. Pengetahuan yang memadai tentang cara mengganti popok dengan benar, menjaga kebersihan area popok, dan mengidentifikasi tanda-tanda awal iritasi kulit dapat membantu ibu mengambil langkah-langkah pencegahan yang sesuai. Wilayah Karesidenan Madiun menjadi konteks yang

menarik untuk penelitian ini karena dalam lingkungan ini, terdapat komunitas yang disebut dengan komunitas gendongan babywearers dimana dalam komunitas tersebut terdapat ibu-ibu yang memiliki batita yang mengalami kejadian diapers rash.

Loyalitas dan kepercayaan konsumen terhadap merek diapers ditentukan oleh beberapa pertimbangan, termasuk kualitas, harga, ketersediaan jenis dan variasi produk, dengan faktor paling berpengaruh saat ini adalah sertifikasi halal dari MUI untuk merek seperti *Pampers*. Dalam kerangka kepercayaan relasional, kepercayaan berfungsi sebagai elemen mediasi yang menghubungkan sikap tertentu dengan hasil perilaku [Sakinah and Suhardi, 2018]. Kepuasan, yang dipicu oleh tingkat kepercayaan terhadap suatu merek, memiliki keakuratan yang lebih tinggi sebagai penentu loyalitas yang sejati. Kepercayaan merek mencerminkan komponen krusial dalam pembentukan sikap internal atau loyalitas yang terkait dengan merek tersebut [Sakinah and Suhardi, 2018]. Untuk mencapai pemahaman yang lebih komprehensif tentang loyalitas pelanggan terhadap suatu merek, penjelasan mengenai kepercayaan terhadap merek (*brand trust*) menjadi suatu hal yang tidak dapat diabaikan. Oleh karena itu, para pemasar saat ini menekankan pentingnya pembentukan dan pemeliharaan kepercayaan dalam hubungan antara pelanggan dan merek untuk memperoleh loyalitas di pasar yang sangat dinamis. Pemahaman brand trust menjadi kunci untuk memahami faktor-faktor yang memotivasi pelanggan untuk tetap setia pada suatu merek dan memilihnya secara berulang. Dengan fokus pada kepercayaan, pemasar dapat mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan pelanggan, menciptakan pengalaman positif, serta membangun fondasi yang kokoh untuk mencapai dan mempertahankan loyalitas pelanggan dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif [Sakinah and Suhardi, 2018].

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana loyalitas brand trust dan pengetahuan ibu berkontribusi terhadap kejadian diaper rash pada bayi yang menggunakan popok di dalam komunitas gendongan ergonomis. Melalui pengumpulan data dan analisis statistik, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam mencegah iritasi kulit pada bayi yang

menggunakan diapers, serta memberikan rekomendasi untuk perbaikan perawatan bayi secara keseluruhan di dalam komunitas tersebut.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian observasional analitik dengan pendekatan cross sectional dimana pengumpulan data dilakukan secara bersama-sama [Setiadi, 2011]. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan lembar observasi. Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian yang akan diteliti [Setiadi, 2011]. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh anggota Komunitas Gendongan Ergonomis AE Babywearers yang berjumlah 30 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang mencakup pengetahuan ibu terdiri dari 10 pernyataan yang berkaitan dengan *loyalitas brand trust*; 10 pernyataan berkaitan dengan cara pemakaian diapers, cara penggantian dan perawatan kulit bayi dan balita; 15 pernyataan mengenai kejadian *diaper rash*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Pada tabel 1 dapat dilihat distribusi responden berdasarkan umur. Didapatkan hasil bahwa sebagian besar responden berasal dari kalangan umur 28 tahun sebanyak 10 orang dengan jumlah presentasi 33.3%.

**Tabel 1.** Distribusi Responden Berdasarkan Umur Ibu, Jenis Popok, dan Kejadian *Diaper Rash*

Variabel	N	%
<b>Umur Ibu</b>		
26	9	30
27	7	23.3
28	10	33.3
29	3	10
30	1	3.3
<b>Jenis Popok</b>		
Popok Kain	13	43.3
Popok Jadi	17	56.6
<b>Kejadian <i>Diaper Rash</i></b>		
Pernah Mengalami	26	86.6
Tidak Pernah Mengalami	4	13.3

Selain itu, distribusi responden berdasarkan jenis popok didapatkan hasil mayoritas responden menggunakan popok jadi sebanyak 17 orang dengan total presentasi 56.6%. Tabel 1 juga

menunjukkan distribusi responden berdasarkan kejadian *diaper rash* menunjukkan bahwa 26 responden pernah mengalami kejadian *diaper rash* dengan total presentasi 86.6%.

**Loyalitas Trust Brand**

Tabel 2 menunjukkan dari mayoritas responden percaya dalam menggunakan diapers pada kategori sedang sebesar 19 orang dengan total presentasi 63.3% sedangkan sebanyak 11 orang memiliki loyalitas trust brand dalam menggunakan diapers dalam kategori tinggi dengan total presentasi 36.6%.

**Tabel 2.** Distribusi Responden Kepercayaan dalam Penggunaan *Diapers* dan Frekuensi Pembelian *Diapers* dalam sebulan

Kategori Variabel	N	%
<b>Kepercayaan dalam Penggunaan <i>Diapers</i></b>		
Rendah	0	0
Sedang	19	63.3
Tinggi	11	36.6
<b>Frekuensi Pembelian <i>Diapers</i> dalam sebulan</b>		
<20	1	3.3
21-50	8	26.6
51-99	13	43.3
>100	8	26.6

Selain itu, mayoritas responden melakukan pembelian popok dalam sebulan dengan jumlah diantara 51-99 sebanyak 13 orang dengan total presentasi 43.3%, sedangkan pembelian popok dalam sebulan dengan jumlah kurang dari 20 sebanyak 1 orang dengan presentasi 3.3%.

*Loyalitas Trust Brand* merupakan dasar yang kuat dari sebuah hubungan berkelanjutan antara merek dan konsumen. *Loyalitas Trust Brand* menyoroti pentingnya kepercayaan pelanggan terhadap merek yang menandakan keyakinan bahwa mereka akan selalu memenuhi harapan. Berdasarkan hasil perhitungan untuk melihat dan mengukur loyalitas didapatkan hasil bahwa 30 responden mayoritas memiliki rasa percaya kepada sebuah brand dalam kategori sedang sebanyak 19 orang dengan total presentasi 63.3%, sedangkan kepercayaan dalam kategori tinggi sebanyak 11 orang dengan total presentasi 36.6%. Hasil yang sama juga ditemui pada hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kepercayaan terhadap merek adalah kemauan mempercayai merek dengan segala risikonya karena adanya harapan yang

dijanjiikan oleh merek dalam memberikan hasil yang positif bagi konsumen [Suhardi and Caroline, 2019]. Jika suatu merek mampu memenuhi harapan konsumen atau bahkan melebihi harapan konsumen dan memberikan jaminan kualitas pada setiap kesempatan penggunaannya maka akan terbentuknya loyalitas pelanggan.

Koneksi emosional antara merek dan pelanggan juga ditekankan dengan loyalitas trust brand yang menciptakan ikatan yang kuat dimana konsumen merasa terhubung secara emosional dengan merek dan yakin bahwa merek tersebut dapat memenuhi harapan. Berdasarkan hasil perhitungan untuk melihat dan mengukur loyalitas didapatkan hasil bahwa 30 responden yang melakukan pembelian diapers per bulan dalam jumlah 51-99 sebanyak 13 orang dengan jumlah total presentasi 43.3%. Hasil yang sama juga ditemui pada hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa loyalitas konsumen tidak diukur dari seberapa banyak orang tersebut membeli tetapi diukur dari siapa sering orang tersebut melakukan pembelian secara berulang termasuk merekomendasikan orang lain untuk membeli [Firdaus and Yamini, 2023].

**Pengetahuan Ibu**

Tabel 3 menunjukkan mayoritas berpengetahuan rendah sebanyak 2 orang dengan total presentasi 6,6%, responden berpengetahuan sedang sebanyak 15 orang dengan total responden 50% dan sebanyak 13 orang responden berpengetahuan kurang baik dengan total presentasi 43.3%.

**Tabel 3.** Distribusi Responden Berdasarkan Pengetahuan Ibu Dalam Penggunaan *Diapers*

Kategori	N	%
Rendah	2	6.6
Sedang	15	50
Tinggi	13	43.3

Pengetahuan ibu dalam menggunakan diapers sangat penting karena penggunaan yang tepat dapat mempengaruhi kenyamanan, kesehatan, dan keamanan bayi. Itu perlu memahami berbagai aspek terkait penggunaan diapers, termasuk pemilihan ukuran yang sesuai dengan berat dan usia bayi, teknik pemasangan yang benar untuk mencegah kebocoran serta cara menjaga kulit bayi agar tetap kering dan bebas iritasi. Dengan pemahaman yang baik tentang penggunaan diapers, ibu dapat

memberikan perawatan yang optimal bagi batita, meningkatkan kenyamanan dan keamanan mereka serta memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan dan kesejahteraan batita.

### Hubungan *Loyalitas Trust Brand* dengan Kejadian *Diapers Rash*

Berdasarkan hasil perhitungan analisis bivariat hubungan loyalitas trust brand terhadap kejadian *diapers* menunjukkan nilai p sebesar 0.000 ( $0.000 < 0.05$ ) maka secara statistik menunjukkan ada hubungan yang bermakna antara loyalitas trust brand dengan kejadian *diapers* pada batita.

**Tabel 4.** Hubungan *Loyalitas Trust Brand* dan Pengetahuan Ibu Menggunakan *Diapers* dengan Menggunakan *Diapers* Terhadap Kejadian *Diapers Rash* Komunitas Gendongan Ergonomis AE Babywearers Di Karesidenan Madiun.

Kategori Variabel	Kejadian <i>Diapers Rash</i>				Total N	P Value
	Mengalami		Tidak Mengalami			
	N	%	N	%		
<b><i>Loyalitas Trust Brand</i></b>						
Rendah	0	4,54	0	0	1	0.000*
Sedang	3	37,5	18	81,8	21	
Tinggi	5	62,5	5	13,6	8	
<b>Pengetahuan Ibu Menggunakan <i>Diapers</i></b>						
Rendah	9	42,8	0	0	9	0.024*
Sedang	11	52,3	4	81,8	15	
Tinggi	1	4,76	5	13,6	6	

Loyalitas dan kepercayaan merek pada ibu batita yang menggunakan *diaper* sekali pakai mencerminkan keinginan konsumen untuk secara konsisten membeli dan menggunakan produk dengan merek tertentu. Kepercayaan yang terbangun pada suatu merek secara langsung berkontribusi pada loyalitas konsumen. Fenomena ini tidak dapat dipisahkan dari kualitas produk yang ditawarkan, manfaat yang diperoleh dari penggunaan produk, kemajuan teknologi, dan ketersediaan komunikasi yang memudahkan ibu dan bayi dalam hal kepraktisan, khususnya dalam penggunaan *diaper* sekali pakai dibandingkan dengan popok kain. Pilihan merek *diaper* yang dapat dipercaya oleh ibu batita tercermin dari sikap dan kecenderungan mereka untuk memilih produk yang memenuhi kebutuhan batita dengan kualitas yang baik, serta memberikan keamanan dan kenyamanan, meskipun hal ini juga berimplikasi pada aspek harga *diaper* yang harus dibeli.

Loyalitas merek, atau yang dikenal sebagai kesetiaan terhadap merek, mencerminkan tingkat komitmen konsumen terhadap suatu merek spesifik. Dalam konteks ini, loyalitas merek mengacu pada sejauh mana orang tua atau anggota komunitas Gendongan

Ergonomis *AE Babywearers* memiliki kecenderungan untuk secara konsisten memilih popok dari merek tertentu. Faktor-faktor yang mungkin memengaruhi loyalitas ini melibatkan pengalaman positif sebelumnya, rekomendasi dari teman atau keluarga, dan citra merek yang kuat. Jika di dalam komunitas ini terdapat anggota yang menunjukkan loyalitas tinggi terhadap suatu merek popok bayi, kemungkinan besar mereka akan memilih untuk menggunakan produk tersebut tanpa banyak pertimbangan terhadap alternatif, bahkan dalam menghadapi risiko iritasi kulit.

Kepercayaan merek, atau yang disebut sebagai *brand trust*, merujuk pada keyakinan konsumen terhadap kualitas, keamanan, dan integritas suatu merek. Tingkat kepercayaan ini membentuk persepsi bahwa produk popok dari suatu merek tertentu dianggap lebih dapat diandalkan dalam mencegah atau mengurangi risiko iritasi kulit pada bayi. Apabila anggota suatu komunitas menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap suatu merek popok, dapat diasumsikan bahwa mereka percaya produk tersebut dapat memberikan perlindungan yang memadai bagi bayi mereka, sehingga risiko munculnya *diaper rash* dapat diminimalkan. Dalam konteks ini, kepercayaan

ini menciptakan keyakinan bahwa merek popok yang dipilih secara konsisten dapat memberikan solusi yang efektif dan aman terhadap kebutuhan kesehatan kulit bayi, mencerminkan pentingnya faktor kepercayaan dalam pengambilan keputusan konsumen di dalam komunitas tersebut.

Dalam konteks komunitas gendongan ergonomis *AE Babywearers* di Karesidenan Madiun, pengaruh loyalitas merek dan brand trust terhadap kejadian diaper rash menjadi penting untuk dipelajari. Komunitas semacam ini sering kali memiliki interaksi yang lebih intens dalam berbagi pengalaman dan pengetahuan terkait perawatan bayi, termasuk penggunaan popok. Jika anggota komunitas memiliki preferensi tertentu terhadap merek popok dan mengandalkan merek tersebut berdasarkan pengalaman positif atau rekomendasi dari sesama anggota komunitas, hal ini dapat berpengaruh terhadap frekuensi terjadinya diaper rash. Selain itu, jika anggota komunitas merasa bahwa merek popok yang mereka gunakan memiliki standar keamanan dan kualitas yang tinggi, ini dapat berkontribusi dalam memitigasi risiko iritasi kulit pada bayi.

#### **Hubungan Pengetahuan Ibu Dengan Batita Pengguna Diapers Terhadap Kejadian Diapers Rash Di Komunitas Gendongan Ergonomis AE Babywearers Karesidenan Madiun.**

Berdasarkan hasil perhitungan analisis bivariat hubungan pengetahuan ibu dengan batita pengguna diapers terhadap kejadian diapers menunjukkan nilai  $p$  sebesar 0.024 ( $0.024 < 0.05$ ) maka secara statistik menunjukkan ada hubungan yang bermakna antara loyalitas trust brand dengan kejadian diapers pada batita. Adanya hasil signifikansi tersebut membuktikan bahwa kejadian diapers rash di komunitas gendongan ergonomis *AE Babywearers* karesidenan madiun dipengaruhi oleh pengetahuan pada Ibu. Semakin minimnya pengetahuan Ibu mengenai penggunaan maka semakin tinggi pula kasus diapers rash yang dialami oleh batita.

Penelitian lain juga memaparkan bahwa memberikan informasi kepada orang tua, khususnya ibu, mengenai tata cara perawatan bayi, penggunaan tissue basah untuk membersihkan, pemilihan sabun bayi, dan metode penggunaan krim pencegah ruam popok, bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan ibu terkait perawatan area genital dan bagian tubuh

yang terpapar popok pada bayi [Vinet and Zhedanov, 2011]. Penelitian lain mengungkapkan bahwa ada sebagian orang tua yang keliru memandang ruam popok sebagai luka bakar, padahal keduanya merupakan kondisi yang berbeda. Ruam popok terjadi karena paparan urine dan feses yang menyebabkan kelembaban berlebih pada daerah perianal. Meskipun demikian, pandangan keliru ini sering muncul di mana beberapa orang tua menganggap bahwa ruam popok timbul tanpa penyebab tertentu dan menganggap cukup memberikan bedak tabur, padahal tindakan tersebut sebenarnya tidak dianjurkan dalam penanganan ruam popok [Suhardi and Carolin, 2019].

Semakin minimnya pengetahuan Ibu mengenai penggunaan maka semakin tinggi pula kasus *diapers rash* yang dialami oleh batita. Ketidakhahaman ibu terkait waktu yang aman untuk penggunaan diaper pada bayi dapat memberikan dampak dan risiko yang harus ditanggung oleh bayi pengguna diaper. Risikonya meliputi gejala-gejala ringan seperti ruam popok hingga efek yang lebih serius. Kulit bayi yang lebih sensitif dan rentan terhadap alergi menambah kompleksitas dalam memilih produk diaper yang tepat. Oleh karena itu, penting bagi ibu batita untuk mendapatkan pengetahuan yang memadai terkait pemakaian diaper agar dapat menghindari risiko dan memberikan perlindungan terbaik bagi kesehatan kulit bayi.

Perluasan pengetahuan orang tua, khususnya ibu, merupakan suatu keharusan. Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa hampir seluruh responden memiliki pemahaman yang kurang memadai mengenai ruam popok pada bayi. Kondisi ini mungkin disebabkan oleh dorongan orang tua untuk memberikan perawatan terbaik dalam merawat dan mengasuh anak mereka. Meskipun petugas kesehatan memberikan perawatan yang baik saat pasien berada di rumah sakit pasca melahirkan, namun sebagian orang tua responden memiliki keinginan kuat untuk memberikan perawatan yang optimal bagi anak-anak mereka. Penggunaan popok pada balita memberikan kenyamanan kepada orang tua dalam proses penggantian dan pencucian popok. Hal ini terutama berlaku pada waktu malam ketika anak sedang tidur dan kelelahan orang tua membuat mereka enggan untuk mengganti popok yang penuh dengan urin. Kelalaian dalam penggantian

diapers ini dapat berkontribusi pada munculnya kemerahan dan kejadian ruam popok pada bayi.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat dikemukakan oleh peneliti adalah sebagai berikut: loyalitas Trust Brand dan pengetahuan ibu dalam menggunakan diapers memiliki peran yang sangat penting dalam mempengaruhi kejadian diapers rash pada bayi dalam komunitas Gendongan Ergonomis AE Babywearers di Karesidenan Madiun. Loyalitas Trust Brand tidak hanya mencerminkan kepercayaan pelanggan terhadap merek dan produknya, tetapi juga dapat memberikan gambaran mengenai seberapa sering dan seberapa konsisten orang tua, khususnya ibu, memilih dan menggunakan diapers dari merek tertentu. Temuan dari analisis menunjukkan bahwa kepercayaan dan loyalitas terhadap merek popok bayi memiliki korelasi yang signifikan dengan kejadian diapers rash pada bayi. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan merek popok yang dipercaya dan diandalkan oleh ibu dapat memengaruhi tingkat keamanan dan kenyamanan penggunaan popok pada bayi, serta berkontribusi dalam mengurangi risiko terjadinya iritasi kulit yang disebabkan oleh penggunaan diapers yang tidak tepat.

### Saran

Pengetahuan ibu dalam menggunakan diapers juga memainkan peran penting dalam mencegah dan mengatasi kejadian diapers rash pada bayi. Pengetahuan yang kurang memadai mengenai pemilihan ukuran yang sesuai, teknik pemasangan yang benar, serta cara menjaga kebersihan dan kesehatan kulit bayi dapat meningkatkan risiko terjadinya iritasi kulit pada bayi. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan pengetahuan ibu tentang perawatan bayi, termasuk pemilihan dan penggunaan diapers yang tepat, agar dapat mengurangi risiko terjadinya ruam popok pada bayi.

## DAFTAR RUJUKAN

- 1] M. Odio And L. Thaman, "Diapering, Diaper Technology, And Diaper Area Skin Health," *Pediatr. Dermatol.*, Vol. 31, No. S1, Pp. 9–14, 2014, Doi: 10.1111/Pde.12501.
- 2] S. Aisyah, "Hubungan Pemakaian Diapers Dengan Kejadian Ruam Popok Pada Bayi Usia 6 - 12 Bulan," *J. Midpro*, Vol. 8, No. 1, Pp. 1–27, 2016.
- 3] S. Adalat, D. Wall, And H. Goodyear, "Diaper Dermatitis-Frequency And Contributory Factors In Hospital Attending Children," *Pediatr. Dermatol.*, Vol. 24, No. 5, Pp. 483–488, 2007, Doi: 10.1111/J.1525-1470.2007.00499.X.
- 4] H. T. Shin, "Diagnosis And Management Of Diaper Dermatitis," *Pediatr. Clin. North Am.*, Vol. 61, No. 2, Pp. 367–382, 2014, Doi: 10.1016/J.Pcl.2013.11.009.
- 5] S. Serdaroglu And T. K. Üstünbaş, "Diaper Dermatitis ( Napkin Dermatitis , Nappy Rash )," *J. Turkish Acad. Dermatology*, Vol. 4, Pp. 1–4, 2010, [Online]. Available: <Http://Www.Jtad.Org/2010/4/Jtad04401r.Pdf>.
- 6] U. Blume-Peytavi And V. Kanti, "Prevention And Treatment Of Diaper Dermatitis," *Pediatr. Dermatol.*, Vol. 35, Pp. S19–S23, 2018, Doi: 10.1111/Pde.13495.
- 7] J. W. Fluhr *Et Al.*, "Infant Epidermal Skin Physiology: Adaptation After Birth," *Br. J. Dermatol.*, Vol. 166, No. 3, Pp. 483–490, 2012, Doi: 10.1111/J.1365-2133.2011.10659.X.
- 8] M. O. Visscher, R. Adam, S. Brink, And M. Odio, "Newborn Infant Skin: Physiology, Development, And Care," *Clin. Dermatol.*, Vol. 33, No. 3, Pp. 271–280, 2015, Doi: 10.1016/J.Clindermatol.2014.12.003.
- 9] R. Tri Irfanti *Et Al.*, "Continuing Medical Education Diaper Dermatitis," Vol. 47, Pp. 50–55, 2020.
- 10] N. L. Sakinah And D. Suhardi, "Citra Merek, Kepercayaan Merek Dalam Mewujudkan Loyalitas Merek Produk Aqua," *Indones. J. Strateg. Manag.*, Vol. 1, No. 1, 2018, Doi: 10.25134/Ijism.V1i1.839.
- 11] N. Setiadi, *Konsep Dan Praktek Penulisan Riset Keperawatan Edisi 2*. 2013.
- 12] S. Suhardi And F. A. Carolin, "Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Customer Loyalty Semen Holcim Pada Pt. Kinco Prima Kota Batam," *J. Benefita*, Vol. 1, No. 1, P. 39, 2019, Doi: 10.22216/Jbe.V1i1.3404.
- 13] M. F. Firdaus And E. A. Yamini, "Pengaruh Brand Equity Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepatu Sandal Merek Eiger," *Ulil Albab J. Ilm. Multidisiplin*, Vol. 2, No. 3, Pp. 1154–1160, 2023.
- 14] L. Vinet And A. Zhedanov, "Treatment And Parent Education For Diaper

- Dermatitis,” *J. Phys. A Math*, Vol. 44, No. 8, Pp. 1–14, 2011, [Online]. Available: <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1751-8113/44/8/085201>.
- 15] Kotler, Philip Dan Keller Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas, Jilid Dua, Jakarta : Erlangga.