

**PREFERENSI KONSUMEN JAMU PAGI DAN KONSUMEN
JAMU MALAM
(Studi Kasus : Kecamatan Medan Denai)**

SKRIPSI

**OLEH:
ASIH NURPANI
16.822.0048**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2021**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 22/12/21

Access From (repository.uma.ac.id)22/12/21

**PREFERENSI KONSUMEN JAMU PAGI DAN KONSUMEN JAMU
MALAM
(Studi Kasus : Kecamatan Medan Denai)**

SKRIPSI

*Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana di
Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Medan Area*



OLEH:

**ASIH NURPANI
168220048**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2021**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 22/12/21

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)22/12/21

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Preferensi Konsumen Jamu Pagi dan Konsumen Jamu Malam
(Studi Kasus: Kecamatan Medan Denai)

Nama : Asih Nurpani
NPM : 168220048
Fakultas : Pertanian

Disetujui Oleh :
Komisi Pembimbing



(Rahma Sari Siligar, SP, M.Si)
Pembimbing I



(Drs. Khairul Saleh, MMA)
Pembimbing II

Diketahui :



(Dr. Ir. Syahbudin Hasibuan, M.Si)
Dekan Fakultas Pertanian



(Virda Zikria, SP, M.Sc)
Ketua Program Studi

Tanggal Lulus: 24 Juni 2021

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian – bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 11 Oktober 2021



Asih Nurpani
168220048

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

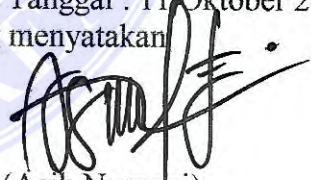
Nama : Asih Nurpani
NPM : 168220048
Program Studi : Agribisnis
Fakultas : Pertanian
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : “Preferensi Konsumen Pedagang Jamu Pagi dan Pedagang Jamu Malam (Studi Kasus: Kecamatan Medan Denai)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada Tanggal : 11 Oktober 2021
Yang menyatakan


(Asih Nurpani)

ABSTRAK

Jamu merupakan obat tradisional berbahan alami warisan budaya yang telah diwariskan secara turun-temurun. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepentingan taraf atribut suatu produk dan untuk mengetahui proses pengambilan keputusan bagi konsumen jamu pagi dan konsumen jamu malam. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Medan Denai, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive* (sengaja). Penentuan lokasi ini didasari dengan pertimbangan karena di Kecamatan Medan Denai diketahui terdapat adanya Sentra Penjual Bahan-Bahan Jamu, Toko penjual jamu serbuk, dan jamu gilingan. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive* (sengaja) yaitu responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang sedang membeli jamu pada saat penelitian dilakukan yaitu sejumlah 60 konsumen. Data yang dikumpulkan adalah data primer dengan wawancara langsung menggunakan koesioner. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif untuk mengetahui tingkat kepentingan atribut dan untuk mengetahui perilaku konsumen pengambilan keputusan konsumen. atribut jamu yang paling di pertimbangkan konsumen jamu pagi dan konsumen jamu malam berturut-turut adalah khasiat, rasa, jenis, dan harga. Khasiat mendapat persentase paling tinggi. Kemampuan khasiat jamu merupakan faktor penilaian utama yang mendorong konsumen jamu untuk menentukan jamu yang diminum mempunyai dampak yang baik untuk kesehatan.

Kata kunci: preferensi, atribut produk, perilaku konsumen.

ABSTRACT

Jamu is a traditional medicine made from natural cultural heritage that has been passed down from generation to generation. This study aims to determine the level of importance of the attribute level of a product and to determine the decision-making process for consumers of herbal medicine and herbal medicine consumers. This research was conducted in Medan Denai District, Medan City, North Sumatra Province. Determination of the location of this research is done by purposive method (deliberately). Determination of this location is based on considerations because in Medan Denai District it is known that there is a center for selling herbal ingredients, a shop selling herbal powders, and milling herbs. The sampling method was carried out by purposive (deliberate) method, namely the respondents in this study were consumers who were buying herbal medicine at the time of the study, namely a number of 60 consumers. The data collected is primary data by direct interview using a questionnaire. The analytical method used is descriptive analysis method to determine the level of importance of attributes, and to determine consumer behavior in consumer decision making. The attributes of herbal medicine that are considered the most by consumers of herbal medicine in the morning and consumers of herbal medicine at night are efficacy, taste, type, and price. Efficacy gets the highest percentage. The efficacy of herbal medicine is the main assessment factor that encourages herbal consumers to determine which herbs they drink have a good impact on health.

Keywords: preferences, product attributes, consumer behavior.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Preferensi konsumen jamu pagi dan konsumen jamu malam (Studi Kasus : Kecamatan Medan Denai)”.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan Strata satu (S-1) pada program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar besarnya kepada :

1. Rahma Sari Siregar, SP, M.Si Selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah memberikan saran dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Drs. Khairul Saleh, MMA Selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah memberikan saran dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Dr. Ir Syahbudin Hasibuan, M.Si selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
4. Kedua orang tua yang terkasih dan teristimewah Ayahanda Sofyan Tanjung dan Ibunda Paniyem beserta keluarga penulis yang telah memberikan kasih sayang, dorongan, semangat, do'a tulus yang tiada henti bagi penulis, dukungan baik moril maupun material dan motivasi kepada penulis.
5. Seluruh Dosen Pengajar dan Staff Pegawai Fakultas Pertanian Universitas Medan Area yang telah mendukung dan memperhatikan selama masa pendidikan di program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.

6. Seluruh rekan-rekan Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Medan Area khususnya rekan-rekan satu angkatan stambuk 2016 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
7. Seluruh pihak yang telah membantu selama penelitian dan penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan yang terdapat dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Penulis

Asih Nurpani



DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Kerangka Penelitian.....	14
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Definisi Jamu.....	15
2.1.1 Jamu Tradisional	17
2.1.2 Jamu Modern	18
2.2 Karakteristik Konsumen.....	18
2.3 Preferensi Konsumen.....	20
2.4 Atribut Produk	22
2.5 Perilaku Konsumen	23
2.6 Proses Pengambilan Keputusan.....	24
2.7 Penelitian Terdahulu.....	26
III. METODOLOGI PENELITIAN.....	30
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	30
3.2 Metode Pengambilan Sampel	30
3.3 Metode Pengumpulan data	31
3.4 Metode Analisis Data	31
3.5 Definisi Operasional	32
IV. GAMBARAN UMUM DAN LOKASI PENELITIAN.....	36
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	36
4.2 Kependudukan.....	37
4.3 Gambaran Pedagang Jamu Pagi dan Pedagang Jamu Malam	38
4.4 Karakteristik Sampel Penelitian	40
4.4.1 Karakteristik Konsumen Jamu Pagi dan Jamu Malam.....	40
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	46
5.1 Preferensi Konsumen Pedagang Jamu Pagi dan Konsumen Pedagang Jamu Malam	46
5.2 Preferensi Konsumen Jamu Pagi dan Konsumen Jamu Malam	56
5.3 Perilaku Konsumen	58
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	70
6.1 Kesimpulan.....	70
6.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.	Jenis Tanaman Obat yang Dominan Dipasok Negara-negara Industri Farmasi di Dunia	2
2.	Sentra Produksi Tanaman Obat/Biofarmaka di Indonesia.....	3
3.	Produksi Tanaman Biofarmaka Menurut Jenis Tanaman di Sumatra Utara Tahun 2011-2017	4
4.	Luas Wilayah dan Persentase Terhadap Luas Kecamatan Menurut Kelurahan Tahun 2019	36
5.	Jumlah Penduduk, Luas Kelurahan Kependudukan Per Km Menurut Kelurahan Tahun 2019.....	37
6.	Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur & Jenis Kelamin Tahun 2019	
7.	Rata-rata Karakteristik Konsumen Jamu Pagi dan Jamu Malam.....	41
8.	Atribut Rasa Jamu Konsumen Jamu Pagi dan Jamu Malam	47
9.	Atribut Jenis Jamu Konsumen Jamu Pagi dan Jamu Malam	48
10.	Atribut Harga Jamu Konsumen Jamu Pagi dan Jamu Malam	53
11.	Atribut Khasiat Jamu Konsumen Jamu Pagi dan Jamu Malam.....	54
12.	Rata-rata Atribut Jamu Konsumen Jamu Pagi dan Jamu Malam	54
13.	Preferensi Atribut Jamu Konsumen Jamu Pagi dan Jamu Malam.....	57
14.	Perasaan Konsumen Jamu Pagi dan Jamu Malam Jika Tidak Mengonsumsi jamu	60
15.	Motivasi Konsumen Jamu Pagi dan Jamu Malam Membeli Jamu	61
16.	Sumber Informasi Konsumen Jamu Pagi dan Jamu Malam	62
17.	Bentuk Promosi yang Menarik bagi Konsumen Jamu pagi dan Konsumen Jamu Malam.....	63
18.	Kegunaan Mengonsumsi Jamu Konsumen Jamu Pagi dan Konsumen Jamu Malam	64
19.	Tempat Pembelian Konsumen Jamu Pagi dan Konsumen Jamu Malam..	65
20.	Ukuran Waktu Pembelian Konsumen Jamu Pagi dan Jamu Malam.....	65
21.	Cara Pembelian Konsumen Jamu Pagi dan Konsumen Jamu Malam	66
22.	Kepuasan Konsumen Jamu Pagi dan Konsumen Jamu Malam	67
23.	Tindakan bila Harga naik Konsumen Jamu Pagi dan Jamu Malam	68
24.	Tindakan Konsumen Jamu Pagi dan Konsumen Jamu Malam jika jamu yang diinginkan tidak ada.....	68
25.	Preferensi Konsumen Jamu Pagi dan Konsumen Jamu Malam.....	69

DAFTAR GAMBAR

No	Keterangan	Halaman
1.	Skema Kerangka Pemikiran.....	14
2.	Skema Proses Pengambilan Keputusan	24
3.	Jamu Tradisional.....	49
4.	Jenis Jamu Modren yang dikonsumsi oleh Konsumen Jamu Pagi	50



DAFTAR LAMPIRAN

No.	Keterangan	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian	75
2.	Hasil Tabulasi Data.....	82
3.	Hasil Olahan Data	100
4.	Dokumentasi Penelitian	110
5.	Lokasi Penelitian.....	114
6.	Surat riset dari Fakultas	115
7.	Surat Selesai Riset	116



I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jamu adalah obat tradisional berbahan alami warisan budaya yang telah diwariskan secara turun-temurun dari generasi ke generasi untuk kesehatan. Pengertian jamu dalam Permenkes No.003/Menkes/Per/I/2010 adalah bahan atau ramuan bahan yang berupa tumbuhan, bahan hewan, bahan mineral, sediaan sarian (galenik), atau campuran dari bahan tersebut yang secara turun-temurun telah digunakan untuk pengobatan, dan dapat diterapkan sesuai dengan norma yang berlaku di masyarakat. Sebagian besar masyarakat mengkonsumsi jamu karena dipercaya memberikan andil yang cukup besar terhadap kesehatan baik untuk pencegahan dan pengobatan terhadap suatu penyakit maupun dalam hal menjaga kebugaran, kecantikan dan meningkatkan stamina tubuh.

Perkembangan industri jamu di Indonesia sendiri baru dimulai Sekitar tahun 1900-an dimana pabrik-pabrik jamu besar mulai berdiri di Indonesia seperti Jamu Jago, Mustika Ratu, Nyonya Meneer, Leo, Sido Muncul, Jamu Simona, Jamu Borobudur, Jamu Dami, Jamu Air Mancur, Jamu Pusaka Ambon, Jamu Bukit Mentjos, dan tenaga Tani Farma (Aceh). Hingga saat ini keberadaan jamu terus berkembang (evrina, 2013).

Menurut Sudharto (2003), masyarakat mengenal pengobatan tradisional sebagai suatu warisan nenek moyang yang sudah lama dikenal dan membudaya. Secara historis, pengobatan tradisional dengan menggunakan daun dan akar tumbuh-tumbuhan terbukti dapat menyembuhkan berbagai penyakit, yang terkadang jika diobati dengan cara modern akan memakan waktu yang relatif lama dan biaya yang besar. Pengalaman historis inilah yang telah mendorong

masyarakat dunia, khususnya Indonesia untuk menerapkan prinsip hidup “*back to nature*”, yaitu memanfaatkan kembali obat tradisional yang bahan bakunya berasal dari tumbuh-tumbuhan yang hidup di permukaan bumi ini. Semakin tersohornya istilah *back to nature*, semakin mendorong pemanfaatan herba yang berefek terhadap kesehatan serta semakin sering dilakukannya kajian atau studi terkait herba oleh para ilmuwan.

Tabel 1. Jenis Tanaman Obat yang Dominan Dipasok Negara-negara Industri Farmasi.

No	Komoditas	Nama Ilmiah	Bagian Tanaman yang Digunakan	Negara Tujuan Ekspor
1	Tapak dara	<i>Catharanthus roseus</i>	Daun	Amerika Serikat,
2	Kecubung	<i>Datura metel</i>	Daun	Jepang, Jerman,
3	Liquorice	<i>Glyziriszha glabara</i>	Akar	Prancis, Switzerland,
4	Jahe	<i>Zingiber officinale</i>	Rimpang	United Kingdom
5	Pulai pundak	<i>Rauwolfia vomitoria</i>	Akar	
6	Valerian	<i>Valerian officianls</i>	Akar	

Sumber : Dirjen Bina Produksi Hortikultura, Departemen Pertanian (2004)

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat peningkatan ekspor simplisia tanaman obat ke berbagai negara tujuan cukup meningkat sejalan dengan meningkatnya industri-industri farmasi di dunia. Berbagai jenis tanaman obat Indonesia banyak diminta oleh pasar dunia internasional, beberapa diantaranya yang mendapat perhatian dan memiliki prospek cerah adalah tapak dara, kecubung, dan jahe. Beberapa negara industri farmasi dan negara tujuan ekspor komoditas tanaman obat Indonesia yang memiliki potensi pasar yang baik dan berprospek adalah USA, Perancis, Jepang, Jerman, Switzerland dan Inggris. Permintaan yang tinggi terhadap obat-obat alami dan ramuan tradisional tidak hanya melanda konsumen di negara Indonesia, namun juga sudah menjangkiti Eropa dan Amerika sejak beberapa tahun yang lalu. Hal tersebut dikarenakan kecenderungan masyarakat

dunia yang memprioritaskan produk yang ekologis dari pada kimiawi.

Terdapat beberapa alasan yang menopang argumen potensial market mengapa jamu tetap diminati masyarakat, diantaranya yaitu: (1) ada kelompok jamu yang lazim dipakai kaum wanita, yang tidak dapat digantikan oleh obat-obatan modern, (2) jamu mudah diperoleh tanpa resep dokter, (3) bisa menjadi pengobatan penyakit dalam jangka panjang karena tidak khawatir pada efek sampingan bahan kimia seperti pada obat modern, (4) gangguan kesehatan ringan bisa ditanggulangi secara lebih murah dan nikmat, dan (5) ada gangguan fatal tertentu yang hanya bisa disembuhkan dengan jamu.

Alasan-alasan tersebut memperlihatkan bahwa jamu tradisional dapat tetap hidup berdampingan menembus pelosok kota dan desa, bersaing dengan obat-obatan modern. Terlebih lagi dengan adanya perubahan bentuk jamu yang lebih memenuhi kebutuhan dan selera konsumen seperti rasa yang tidak pahit, aroma yang lebih harum dan pemakaian yang lebih praktis (inovasi bentuk) menjadikan jamu cukup digemari kalangan masyarakat luas (Sudharto, 2003).

Tabel 2. Sentra Produksi Tanaman Obat/Biofarmaka di Indonesia

No	Provinsi	Luas (ha)	No	Provinsi	Luas (ha)
1	Sumatera Utara	350	9	Banten	190
2	Riau	160	10	Bali	170
3	Jambi	70	11	Kalimantan Barat	40
4	DKI Jakarta	2	12	Kalimantan Timur	30
5	Jawa Barat	4200	13	Sulawesi Utara	30
6	Jawa Tengah	3290	14	Sulawesi Selatan	220
7	DI Yogyakarta	570	15	Gorontalo	10
8	Jawa Timur	2570			

Sumber : Dirjen Bina Produksi Hortikultura, Departemen Pertanian (2004)

Berdasarkan tabel 2 Sentra Produksi Tanaman Obat/Biofarmaka di Indonesia untuk provinsi Sumatera Utara berada di urutan ke 5 dengan luas 350 ha. Saat ini jamu telah diproduksi secara modern dan besar-besaran oleh

perusahaan jamu bermodal besar, seperti PT. Sidomuncul, PT. Jamu Jago, PT. Martina Berto, PT. Indofarma, PT. Air Mancur dan Nyonya Meneer. Di tengah tengah kemajuan teknologi yang digunakan untuk memproduksi jamu yang dihasilkan industri-industri besar, masih terdapat usaha jamu yang dikelola secara tradisional dan sangat sederhana.

Berdasarkan Data Produksi Tanaman Biofarmaka Menurut Jenis Tanaman di Sumatra Utara pada tahun 2011-2017 dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 3 Produksi Tanaman Biofarmaka Menurut Jenis Tanaman di Sumatra Utara Tahun 2011- 2017

No	Jenis Tanaman	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1	Dlingo/Dringo	10,834	56,08	105,032	20,162	31,29	9,691	1,612
2	Jahe	4.718.540	8.018.847	10.462.304	14.020.614	7.669.989	8.400.336	7.263.534
3	Kapulaga	2,212	52,638	39,203	134,191	103,129	66,5	46,071
4	keji Beling	3,713	3,445	46,335	5,475	8,449	1,699	352
5	Kencur	451,913	249,77	238,444	346,683	367,775	315,861	212,238
6	Kunyit	4.128.350	4.469.263	9.384.621	5.960.304	3.894.542	1.913.923	4.565.882
7	Laos/Lengkuas	1.196.467	895,393	2.373.388	1.184.701	956,97	729,991	1.250.007
8	Lempuyang	63,662	73,749	38,732	26,293	22,687	29,714	15,539
9	Lidah Buaya	7,1	0	4,302	5,38	3,351	658	928
10	Mahkota Dewa	63,994	83,272	57,743	176,694	275,135	35,97	10,911
11	Mengkudu/Pace	44,498	17,742	22,131	295,288	183,919	34,715	3,792
12	Sambiloto	4,347	2,417	17,962	9,919	51,124	2,865	1,863
13	Temuireng	1,795	3,495	17,679	15,617	8,518	4,338	506
14	Temukunci	3,579	5,537	21,397	19,828	17,952	6,693	933
15	Temulawak	55,59	238,027	294,417	161,575	121,255	63,677	50,502
	Jumlah	713,237	1681,565	903,377	1217,105	2151,554	1959,714	3061,528

Sumber : Statistika Tanaman Hortikultura Provinsi Sumatra Utara

Berdasarkan tabel 3 Perkembangan produksi tanaman obat mengalami peningkatan dari 713.237 ton pada tahun 2011 menjadi 3061.528 ton pada tahun 2017. Produksi tertinggi berturut-turut dari tahun 2012-2017 adalah jahe,

lengkuas, dan kunyit.

Ada beberapa bentuk formula jamu yang siap pakai bentuk bubuk/powder merupakan bentuk yang paling umum berupa bentuk yang sangat kecil, halus dan kering seperti jamu saset. Namun adanya perkembangan teknologi membuat bentuk jamu tidak terkesan tradisional lagi. Banyak produsen jamu yang sudah mencetaknya dalam bentuk pil, kapsul, kaplet, maupun cair. Pil merupakan bentuk sediaan padat bundar dan kecil. Kapsul merupakan sediaan padat yang terdiri dari dalam cangkang keras atau lunak yang dapat larut. Kaplet merupakan sediaan padat kompak dibuat secara kempa cetak, bentuknya oval seperti kapsul.

Keunggulan obat herbal atau jamu dibandingkan obat lainnya: (1) Obat herbal tidak menimbulkan efek samping jika dikonsumsi dalam jangka waktu yang panjang, (2) Obat herbal sangat efektif untuk penyakit yang sulit diobati secara medis, (3) Obat herbal harganya lebih terjangkau dan mudah dibuat, (4) Obat herbal adalah obat multi khasiat tidak hanya dapat menyembuhkan satu penyakit, tetapi satu tumbuhan bisa menyembuhkan banyak penyakit, dan (5) Obat herbal tidak beracun.

Sumatera utara salah satu daerah dimana memiliki konsumen peminat jamu yang banyak dapat dilihat dengan produksi jamu yang semakin berkembang dan semakin banyaknya penjual jamu yang dapat kita temui sampai ke berbagai penjuru daerah-daerah yang ada di Sumatera utara. Walaupun pada awalnya jamu hanya banyak di temui di Jawa dan hanya masyarakat Jawa tetapi dengan perkembangan yang ada di Sumatera utara juga tidak terkecuali banyak ditemui pedagang jamu, salah satunya ibu kota Sumatera utara juga ditemui berbagai pedagang jamu dan semakin berkembang, dimana jamu tersebut diminati di setiap

kalangan. Sedangkan pedagang jamu kita ketahui dulunya penjual jamu hanya di pagi hari, yang dimana dengan berkembangnya dan banyaknya minat konsumen pedagang jamu terdapat pergeseran yang mengakibatkan pedagang jamu tidak hanya pagi saja bahkan sekarang sudah banyak kita temui pedagang jamu malam.

Medan denai adalah salah satu kecamatan yang dimana dilokasi ditemui adanya Sentra Penjual Bahan-bahan Jamu, toko penjual jamu serbuk dan jamu gilingan. Dilokasi tersebut banyak ditemui pedagang jamu dimana para pedagang jamu tersebut membeli bahan-bahan untuk berjualan jamu ke sentra tersebut. dimana yang didorong karena dekatnya akses untuk mendapatkan bahan-bahan untuk berjualan jamu sehingga membuat banyaknya masyarakat untuk menjadi seorang pedagang jamu atau berkerja sebagai penjual jamu. Selain itu banyak ditemui jenis jamu yang terus beredar pada mulanya hanya ditemui jenis jamu herbal saja seiring berkembangnya waktu terdapat berbagai jenis jamu mulai diproduksi dengan kemasan dan berbagai merk kita temui saat ini.

Seiring dengan berkembangnya teknologi yang semakin tinggi membuat pergeseran dimana yang biasanya banyak penjual jamu gendong, sudah berahli menggunakan sepeda, sepeda motor, maupun gerobak. Sehingga mempermudah akses pedagang jamu dalam menjual dagangannya kepada para konsumen.

Seiring dengan perkembangan zaman, dimana saat ini orang-orang lebih menyukai sesuatu yang praktis bahkan pada jamu sekalipun, maka para pembuat ramuan tradisional atau produsen jamu pun mencari akal bagaimana agar produk mereka bisa tetap bertahan dan dapat digunakan oleh masyarakat. Pada zaman dahulu jamu biasa menggunakan ramuan yang dihaluskan ataupun hasil rebusan dari beberapa bahan alami, tetapi sekarang juga banyak yang menggunakan alat

modern untuk memproduksinya sehingga berbentuk kapsul dan pil. Sehingga jamu yang dahulu identik dengan “rasa pahit” karena harus diminum untuk mengkonsumsinya sekarang sudah bergeser menjadi cara yang lebih praktis mendekati produk obat dan herbal. Bahan-bahan yang digunakan pun masih sama, yaitu menggunakan bahan alami. Hanya saja untuk peredaran jamu “modern” saat ini lebih diperketat dengan aturan pemerintah yang mengharuskan para produsen melakukan verifikasi uji coba di BPOM. (Ngetik.com)

Berdasarkan *Prasurvey* yang dilakukan pada tanggal 26 februari 2020 dari pedagang jamu pagi dan pedagang jamu malam. Jamu dengan harga normalnya yang dipasarkan pada pagi hari Rp 3000-10.000/gelas dan pedagang jamu malam kisaran Rp 5000-20.000/gelas. Harga jamu yang ditentukan pedagang jamu malam lebih tinggi dibandingkan pedagang jamu pagi karena di pedagang jamu malam lebih banyak jenis jamu nya dan lebih lengkap jamu yang ditawarkan dibandingkan dengan pedagang jamu pagi. Dikarenakan jamu pagi ditawarkan kebanyakan jamu tradisional dimana konsumennya kebanyakan ibu-ibu sedangkan jamu malam yang ditawarkan berupa jamu tradisional dan jamu modern dan memiliki sasaran konsumen laki-laki. Dimana pedagang jamu pagi berjualan hanya menggunakan sepeda, sepeda motor, dan menggunakan bakul (keranjang jamu gendong) dengan tempat yang seadanya membawa barang dagangan nya berbeda jauh dengan pedagang jamu malam yang memiliki tempat jualan yang sudah menetap menggunakan gerobak.

Jam kerja adalah waktu untuk melakukan pekerjaan dapat dilaksanakan pada siang hari atau dimalam hari. Merencanakan pekerjaan – pekerjaan yang akan datang merupakan langkah-langkah memperbaiki pengurusan waktu.

Apabila perencanaan pekerjaan belum dibuat dengan teliti, tidak ada yang dapat dijadikan panduan untuk menentukan bahwa usaha yang dijalankan adalah selaras dengan sasaran yang ingin dicapai.

Menurut data dari *Prasurvey* yang saya lakukan di lokasi pada tanggal 26 februari 2020 bahwa penjual jamu memiliki pola jam kerja. Dimana pedagang jamu pagi pola jam kerjanya dimulai dari jam 06.00 wib – 11.00 wib (5 jam dalam sehari) Sedangkan pedagang jamu malam memiliki pola jam kerja yang dimulai dari jam 17.00 wib – 00.00 wib (7 jam dalam sehari).

Menurut Pali (1994), Meskipun industri kecil/penjual jamu mempunyai masa depan yang cerah, namun masih banyak hal yang perlu diperhatikan terutama mengenai preferensi konsumennya. Pemasaran produk jamu yang baik adalah yang berorientasi pada permintaan konsumen.

Penjual jamu mudah di dapati pada pagi dan malam hari untuk penjual jamu pagi memiliki pasar tidak menetap selalu berkeliling di wilayah yang setiap hari ia lalui untuk menjual jamu nya tetapi penjual jamu pagi mempunyai konsumen yang tetap. pada umumnya penjual jamu pagi tidak memiliki tempat jualan yang menetap karna penjual jamu pagi lebih dominan keliling dengan sepeda, berjalan kaki (jamu gendong), dan sepeda motor. penjual jamu pagi sudah memiliki konsumen yang menetap mendatangi rumah-rumah untuk menawarkan jualan nya pada pelanggan setia nya yang setiap hari mengkonsumsi jamu. Sedangkan penjual jamu malam memiliki tempat yang menetap dengan gerobak tetapi tidak memiliki konsumen yang tetap, konsumen jamu malam kebanyakan yang mengkonsumsi nya lebih untuk kebutuhan ketika ingin saja.

awalnya orang-orang mengenal jamu kebanyakan ditawarkan pada pagi

hari, tetapi dengan adanya perkembangan keadaan orang-orang tidak lagi hanya melihat jamu diujakan pada pagi hari melainkan pada malam hari juga sudah banyak kita temui. Bahkan dalam mengkonsumsi jamu juga tidak harus pada pagi hari, bahkan disetiap saat juga bisa mengkonsumsi jamu. Dimana pedagang jamu bukan lagi dipopulerkan dengan perempuan-perempuan suku Jawa, bahkan sudah banyak dipopulerkan dari berbagai macam suku.

Jamu bisa digunakan sebagai penangkal Virus Corona. Menurut ahli, senyawa *Kurkumin* yang ditemukan pada jahe, kunyit, dan temulawak. Dapat menekan badai *Sitokin* pada pasien Virus Corona (*Covid-19*). Mengobati Virus *Corona* bisa lewat konsumsi jamu, orang yang mengkonsumsi jamu memiliki daya tahan tubuh yang lebih tinggi. Kata Chaerul Anwar Nidom seorang guru besar biologi molekuler Universitas Airlangga saat berkunjung ke kantor Transmedia di Surabaya, Kamis (6/2/2020).

“ Jadi sebetulnya untuk menghadapi Virus *Corona* saat ini yang sederhana untuk menekan badai sitokin ada yang namanya *kurkumin* itu terdapat pada jahe, kunyit, temulawak yang buat bumbu masak dan minuman segar itu bisa menghambat badai sitokin. Sitokin adalah infeksi didalam paru, itu yang menyebabkan seseorang jadi fatal karena paru-parunya diserang begitu hebatnya bersama sitokin”.

Tanaman herbal menjadi komoditas yang banyak dicari masyarakat pasca pandemi. Tanaman ini dipercaya berkhasiat meningkatkan daya tahan tubuh sebagai penangkal corona. salah satu upaya yang dapat dilakukan seseorang adalah dengan rutin meminum jamu. Banyak bahan alami yang berasal dari Indonesia ini diyakini mampu meningkatkan kekebalan atau daya tahan tubuh.

Manfaat terbesar herbal adalah membantu meningkatkan imunitas tubuh, sehingga tidak mudah terinfeksi virus penyebab penyakit seperti virus corona. Memang tidak untuk menyembuhkan, melainkan untuk mencegah karena herbal dapat meningkatkan imunitas. Jika imunitas tubuh baik, penyakit pun sulit masuk ke dalam tubuh

Racikan temulawak, kunyit, dan jahe adalah salah satu resep jamu yang yang dapat dikonsumsi secara rutin. Ketiga bahan tersebut memiliki manfaat baik antioksidan yang dapat menangkal radikal bebas perusak sel tubuh, sekaligus meningkatkan daya tahan tubuh. Temulawak adalah tanaman yang dipercaya memberi manfaat perlindungan pada organ hati, sedangkan jahe berfungsi memperlancar peredaran darah dan menghangatkan tubuh. Kunyit adalah antibiotik alami yang juga dapat melindungi pencernaan.

Produk tidak hanya terdiri dari komponen-komponen fisik penyusunnya, tetapi juga terdapat kumpulan dari berbagai atribut yang sering menjadi faktor penentu bagi konsumen dalam memilih produk tersebut. Preferensi konsumen menunjukkan minat dan keinginan konsumen terhadap kombinasi atau komposisi atribut-atribut suatu produk atau jasa baik baru maupun lama yang paling disukai konsumen. Tiap konsumen mempunyai minat dan keinginan yang berbeda terhadap produk barang atau jasa yang paling mereka sukai. Perbedaan itulah yang menimbulkan heterogenitas dalam preferensi konsumen terhadap suatu produk barang atau jasa (Supranto,2006).

Jamu pagi dan jamu malam dengan berbagai atribut akan menjadi pertimbangan konsumen dalam membelinya. Oleh karena itu, produsen atau pemasar jamu pagi dan jamu malam dituntut untuk mengetahui apa yang menjadi

preferensi atau kesukaan konsumen dan memberikan yang terbaik sesuai dengan preferensi konsumen terhadap jamu pagi dan jamu malam. Selain itu untuk mengetahui informasi konsumen secara akurat sehingga dapat mendukung untuk dilakukannya strategi pemasaran adalah mengetahui preferensi konsumen terhadap jamu (obat tradisional). Informasi yang benar dan akurat mengenai preferensi konsumen jamu diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan bagi industri jamu dalam memproduksi dan memasarkan produknya secara efektif, sehingga tidak melakukan inefisien yang dapat menimbulkan biaya tinggi karna melakukan strategi atau langkah-langkah pemasaran dengan coba-coba. Penelitian ini di tulis untuk meneruskan penelitian terdahulu dengan judul Analisis Perbandingan Pendapatan Pedagang Jamu Pagi dan Jamu Malam (Studi Kasus : Kecamatan Medan Perjuangan) yang disusun oleh Fitriyani Siregar. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap “Preferensi konsumen jamu pagi dan konsumen jamu malam” .

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, adapun rumusan masalah dalam penelitian adalah:

1. Bagaimana karakteristik konsumen jamu pagi dan jamu malam di daerah penelitian?
2. Bagaimana preferensi konsumen jamu pagi dan jamu malam terhadap atribut jamu?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui karakteristik konsumen jamu pagi dan jamu malam di daerah penelitian.
2. Untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut jamu pagi dan jamu malam di daerah penelitian.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pedagang itu sendiri, sebagai salah satu informasi untuk melakukan tindakan yang terbaik dalam rangka meningkatkan konsumen dalam membeli jamu pagi dan jamu malam.
2. Bagi instansi terkait khususnya, penelitian ini diharapkan dapat membantu para pedagang jamu dalam mengembangkan usaha pedagang jamu pagi dan pedagang jamu malam sesuai dengan hasil dari penelitian ini.
3. Sebagai bahan informasi dan referensi bagi para peneliti lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

1.5 Kerangka Pemikiran

Di zaman serba praktis saat ini, konsumen mulai beralih untuk memenuhi kebutuhan makanan dan minumannya dengan membeli makanan yang siap konsumsi langsung termasuk juga untuk mengkonsumsi jamu. Menurut W.J.S. Poerwadarminta (1999), bahwa setiap orang yang pekerjaannya berjualan, baik ia berjualan bahan-bahan pokok kebutuhan sehari-hari (primer) maupun bahan-bahan kebutuhan tambahan (sekunder) adalah disebut pedagang. Pedagang jamu pagi yang menjual jamu nya dengan cara keliling dengan sepeda, sepeda motor, dan berjalan kaki biasanya disebut dengan jamu gendong.

Objek dari penelitian ini adalah konsumen pedagang jamu pagi dan

pedagang jamu malam. Dari penelitian preferensi konsumen ini dapat diketahui keadaan sebenarnya dari konsumen yang dapat dijadikan masukan bagi produsen dan pedagang jamu pagi dan pedagang jamu malam.

Menurut Engel et. al dalam Simanjuntak (2012) terdapat tiga variabel yang berguna dalam menggambarkan karakteristik konsumen dalam pangsa pasar target, yaitu kepribadian, psikografi, dan demografi. Variabel yang termasuk dalam profil demografi meliputi usia, jenis kelamin, status pernikahan, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan.

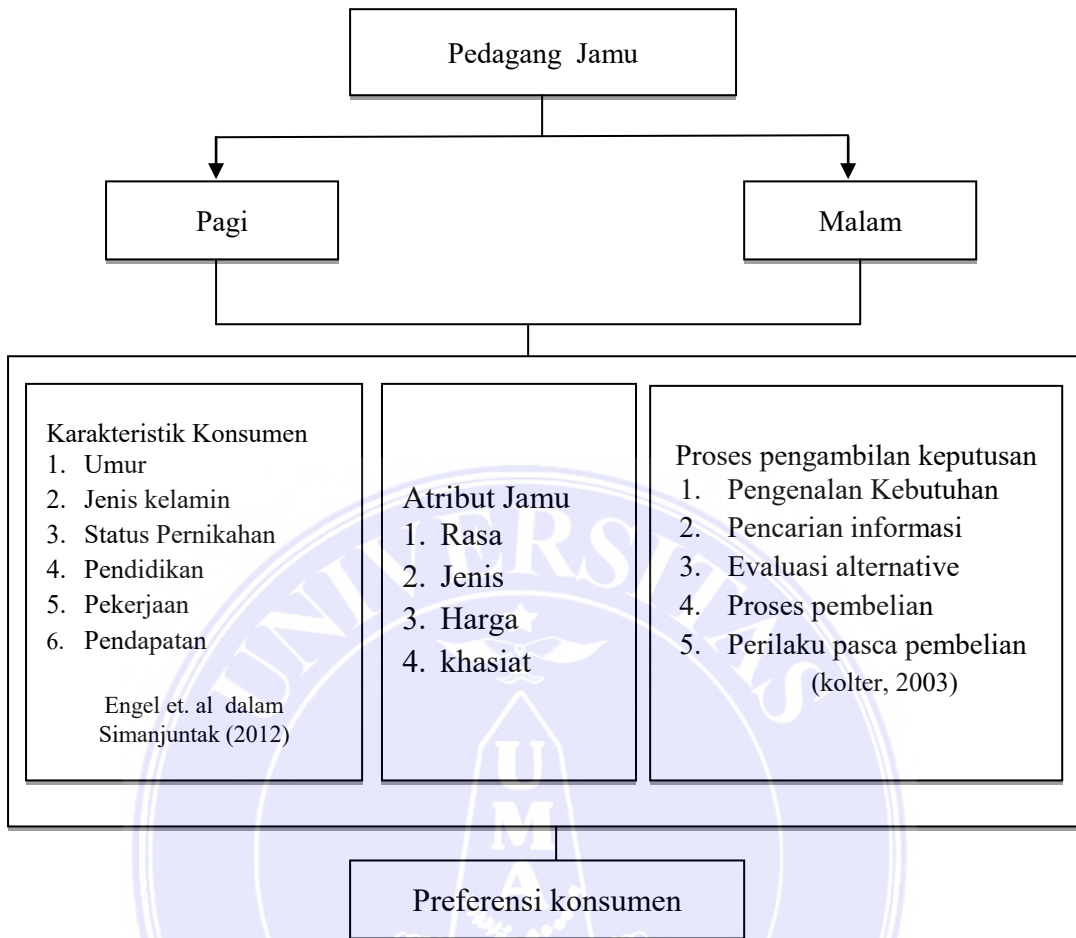
Atribut jamu merupakan unsur-unsur yang ada pada produk tersebut dan dipandang penting oleh konsumen serta dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan (Tjiptono, 1995). Atribut produk adalah sifat-sifat atau aspek-aspek yang terkandung dalam suatu produk dan yang nantinya akan menjadi penentu serta pertimbangan konsumen dan kemudian membeli produk tersebut. Atribut jamu yang melekat pada produk jamu diantaranya: rasa, jenis, harga, dan khasiat.

Proses pengambilan keputusan (kotler dan Amstrong, 2003) proses pengambilan keputusan konsumen terdiri dari lima tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pengevaluasian alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Output akhir dari penelitian ini adalah Preferensi konsumen dalam mengkonsumsi jamu pagi dan jamu malam dilakukan melalui penilaian atribut. Atribut produk dapat berupa rasa, jenis, harga, dan khasiat. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi informasi bagi para pedagang jamu pagi dan pedagang jamu malam. Adapun kerangka pemikiran operasional secara sistematis.

Secara skematis, kerangka pemikiran masalah penelitian ini dapat

digambarkan pada bagan dibawah ini :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Definisi Jamu

Jamu adalah obat tradisional Indonesia. Jamu diartikan sebagai obat hasil ramuan dan warisan secara turun - temurun nenek moyang asli masyarakat Indonesia, sedangkan obat tradisional adalah bahan atau ramuan bahan yang berupa bahan tumbuhan, bahan hewan, bahan mineral, sediaan sarian (galenik) atau campuran dari bahan tersebut, yang secara turun-temurun telah digunakan untuk pengobatan berdasarkan pengalaman.

Berkembangnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi ikut memperluas pengertian jamu dengan menambah kelompok lain yaitu obat herbal berstandar dan fitofarmaka. Kelompok tersebut merupakan jamu yang telah melalui uji secara ilmiah, sehingga kandungan bahan alami yang berkhasiat dapat diketahui secara pasti manfaatnya. Dari kedua kelompok obat tersebut memiliki sedikit perbedaan dalam hal produk akhirnya yaitu untuk obat herbal terstandar adalah sediaan obat bahan alam yang telah dibuktikan keamanan dan khasiatnya secara ilmiah dengan uji praklinik dan bahan bakunya telah di standarisasi. Sedangkan Fitofarmaka adalah sediaan obat bahan alam yang telah dibuktikan keamanan dan khasiatnya secara ilmiah dengan uji praklinik dan uji klinik, bahan baku dan produk jadinya telah di standarisasi.

Jamu adalah obat tradisional yang merupakan hasil budaya masyarakat yang dikenal masyarakat Jawa sejak jaman dulu. Mereka mempunyai pengetahuan tua tentang obat-obatan tradisional yang sangat menonjol. Hampir semua orang tua dapat memberikan resep untuk penyakit apapun dengan ramuan tertentu dari daun-daunan, akar-akaran, ataupun buah tanaman yang terdapat di kebun setiap rumah (Geertz, 1983).

Jamu dinilai bermanfaat bagi pemeliharaan kesehatan. Jamu merupakan ramuan yang muncul sebagai akibat adanya masalah yang dihadapi masyarakat pada jaman dulu, yaitu bagaimana merawat tubuh dan mengobati berbagai macam penyakit, dimana pada saat itu belum mengenal ilmu kedokteran modern. Mereka hanya mengenal adanya orang-orang “pintar” dan ramuan-ramuan tertentu yang diperoleh menurut pengalaman dan perkiraan pribadi. Begitu pula dengan ramuan khusus untuk wanita, yang muncul sebagai akibat adanya masalah kewanitaan, misalnya: keputihan, ingin awet muda, mempertahankan kondisi tubuh pada saat hamil, untuk menjaga janin yang ada dalam kandungan, untuk menjaga kemesraan pasangan suami-istri, dan lain-lain (Pali, 1994).

Masyarakat Indonesia terbiasa minum jamu untuk melancarkan sistem pembuluh darah serta menjaga tubuh senantiasa sehat bugar. Masyarakat percaya akan khasiat jamu yang menyembuhkan, sehingga hampir seluruh lapisan masyarakat mengkonsumsinya. Kebanyakan konsumen mempercayai khasiat jamu berdasarkan kepercayaan turun-temurun yang mengakar kuat dalam masyarakat. Seiring dengan berjalannya waktu, masyarakat semakin percaya bahwa ramuan jamu dapat mengobati dan turut menjaga kesehatan tubuh mereka. Masyarakat tetap memegang kepercayaan kepada pengobatan ramuan herbal kuno yang memberikan efek baik bahkan untuk masyarakat modern. Saat ini banyak sekali peminat makanan dan obat-obatan organik, baik dari dalam negeri maupun di luar negeri. Bahkan, kini para profesi medis juga mulai meneliti dan membuktikan keefektifan ramuan tradisional (Angelina, 2005).

Jamu merupakan obat yang berasal dari bahan tumbuh-tumbuhan, hewan dan mineral atau kombinasi dari ketiganya. Konotasi tradisional selalu melekat

pada jamu karena memang telah dikenal sebelum farmalogi modern masuk ke Indonesia. Tidak ada yang dapat memastikan sejak kapan tradisi meracik dan meminum jamu ini muncul, namun diyakini tradisi ini telah berjalan ratusan bahkan ribuan tahun. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jamu merupakan obat hasil ramuan tumbuh-tumbuhan asli alam yang tidak menggunakan bahan kimia sebagai aditif (Supriadi, 2001).

2.1.1 Jamu Tradisional

Jamu tradisional adalah jamu hasil produksi rumahan (home industry). Yang cara pemasarannya adalah memasukan hasil olahan jamu yang telah dibuat ke dalam botol-botol yang kemudian disusun di dalam kotak botol-botol jamu atau di dalam bakul. Jamu tradisional pada umumnya digunakan untuk menjaga kesehatan. Orang membeli jamu seringkali karena kebiasaan mengonsumsi sebagai minuman kesehatan yang dikonsumsi sehari-hari.

Sebenarnya, daerah asal jamu tradisional tidak diketahui. Tetapi, banyak peracik dan penjual jamu tradisional yang berasal dari desa Nguter, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Bahkan di desa Bulakrejo, Kabupaten Sukoharjo, berdiri "Patung Jamu dan Petani" sebagai ikon Kabupaten Sukoharjo. Jenis jamu yang biasa dijual pada jamu tradisional, yaitu beras kencur, kunyit, temulawak, jahe, dan pahitan (sambiloto).

Jamu sebagai salah satu bentuk pengobatan tradisional, memegang peranan penting dalam pengobatan penduduk di negara berkembang. Secara umum jamu dianggap tidak beracun dan tidak menimbulkan efek samping. Khasiat jamu telah teruji oleh waktu, zaman dan sejarah, serta bukti empiris langsung pada manusia selama ratusan tahun (Winarmo, 1997).

2.1.2 Jamu Modern

Perkembangan zaman menjadikan perkembangan jamu saat ini tidak hanya dibuat secara tradisional tetapi juga diproduksi secara modern. Jamu-jamu modern diproduksi melalui pabrik-pabrik jamu besar di Indonesia seperti jamu pegal linu, galian singset yang dikemas menarik dan dapat digunakan secara praktis atau cepat, demikian pula halnya dengan jamu untuk anak. Saat ini telah diproduksi secara modern oleh pabrik jamu besar untuk anak-anak dengan khasiat menjaga kesehatan badan, menambah nafsu makan, mencegah cacingan dan masuk angin, perut kembung serta susah tidur.

Jamu-jamu modern diproduksi dengan alasan lebih praktis digunakan karena konsumen tinggal menyeduh dengan air panas atau dingin. Rasa dari jamu tersebut juga tidak lagi pahit karena telah ditambah ekstrak rasa buah-buahan seperti mangga, jeruk, dan strawberry bahkan dengan rasa coklat, namun produk jamu anak-anak masih terbatas untuk menambah nafsu makan saja belum dikembangkan untuk gejala penyakit lainnya

Selain itu jamu juga diproduksi di pabrik-pabrik jamu oleh perusahaan besar seperti Jamu Air Mancur, Nyonya Meneer atau Djamu Djago, dan dijual di berbagai toko obat dalam kemasan *sachet*. Jamu *sachet* ini harus dilarutkan dalam air panas terlebih dahulu sebelum diminum. Pada perkembangan selanjutnya jamu juga dijual dalam bentuk tablet, kaplet dan kapsul.

2.2. Karakteristik Konsumen

Menurut Engel et. al dalam Simanjuntak (2012) terdapat tiga variabel yang berguna dalam menggambarkan karakteristik konsumen dalam pangsa pasar

target, yaitu kepribadian, psikografi, dan demografi. Kepribadian didefinisikan sebagai respon yang konsisten terhadap stimulus lingkungan. Profil psikografi digunakan sebagai ukuran operasional dalam gaya hidup, yaitu pengukuran kegiatan, minat, dan opini pembeli. Variabel yang termasuk dalam profil demografi meliputi usia, jenis kelamin, status pernikahan, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Perbedaan kondisi demografi konsumen akan mempengaruhi konsumsi produk dan jasa, yaitu mengakibatkan perbedaan kebutuhan, selera, kesukaan terhadap merek. Pemasar perlu mengetahui dengan pasti variabel demografi yang dijadikan dasar untuk segmentasi pasar produknya.

Setiap perusahaan harus memahami kepuasan konsumennya. Tidak adanya pemahaman terhadap motivasi, kebutuhan dan preferensi konsumen merupakan sumber kegagalan terbesar bagi pemasaran perusahaan. Mempelajari kebutuhan konsumen, dapat memberikan petunjuk bagi pengembangan produk baru, keunggulan produk, penentuan harga, saluran pemasaran, dan pesan iklan serta elemen bauran pemasaran lainnya. Konsumen memiliki karakteristik yang dapat mempengaruhi perilaku dalam proses pembelian.

Karakteristik konsumen dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian atau mengkonsumsi suatu barang. Karakteristik konsumen dapat dilihat berdasarkan demografi, psikografi, dan pengalaman konsumen. Agung (2010) karakteristik konsumen Nutrilite Salmon Omega 3 di Kota Bogor dilihat berdasarkan demografi yaitu jenis kelamin, usia, status perkawinan, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan pendapatan rata-rata perbulan. Sementara Artayati (2009) pada penelitian proses keputusan pembelian dan kepuasan konsumen Cimory Yoghurt Drink karakteristik konsumen digolongkan berdasarkan Jenis kelamin,

usia, status pernikahan, domisili, pendidikan terakhir, pekerjaan, jumlah anggota keluarga dan pengeluaran konsumsi pangan.

Pembelian konsumen berhubungan dengan karakteristik konsumen. Sebagian besar, pemasar tidak dapat mengendalikan faktor-faktor seperti itu, tetapi mereka harus memperhitungkan umur, pendapatan, dan tingkat pendidikan. (Simamora, 2003).

2.3. Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen didefinisikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk barang atau jasa yang dikonsumsi. Menurut Kotler (2000), preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada. Teori preferensi digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan bagi konsumen, misalnya bila seseorang konsumen ingin mengkonsumsi produk dengan sumber daya terbatas maka seseorang tersebut harus memilih alternatif sehingga nilai guna atau utilitas yang diperoleh mencapai optimal.

Preferensi konsumen dapat diketahui dengan mengukur tingkat kegunaan dan nilai relatif penting setiap atribut yang terdapat pada suatu produk. Atribut fisik yang ditampilkan pada suatu produk dapat menimbulkan daya tarik pertama yang dapat mempengaruhi konsumen. Penilaian terhadap produk menggambarkan sikap konsumen terhadap produk tersebut dan sekaligus dapat mencerminkan perilaku konsumen dalam membelanjakan dan mengkonsumsi suatu produk. Konsumen memiliki sikap berbeda-beda dalam membandingkan atribut yang dianggap penting. Mereka akan memberikan perhatian terbesar pada atribut yang memberikan manfaat-manfaat yang dicarinya. Pasar sebuah produk sering

disegmentasikan berdasarkan atribut yang menonjol dalam kelompok konsumen yang berbeda (Kotler, 2000).

preferensi konsumen adalah analisis yang bertujuan untuk mengetahui apa yang disukai konsumen, juga untuk mengetahui apa yang disukai dan apa yang tidak disukai konsumen, juga untuk menentukan urutan kepentingan dari suatu atribut produk maupun produk itu sendiri. Dengan menggunakan analisis preferensi ini akan diperoleh kepentingan karakteristik produk seperti apa yang paling penting atau yang paling disukai (Oktaviani, 1996).

Menurut Lilien et al. dalam Simamora (2003), ada beberapa langkah yang harus dilalui sampai konsumen membentuk preferensi. Pertama, diasumsikan bahwa konsumen melihat produk sebagai sekumpulan atribut. Konsumen yang berbeda memiliki persepsi yang berbeda tentang atribut apa yang relevan. Kedua, tingkat kepentingan atribut berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masing-masing. Konsumen memiliki penekanan yang berbeda-beda dalam atribut apa yang paling penting. Ketiga, konsumen mengembangkan sejumlah kepercayaan tentang letak produk pada setiap atribut. Keempat, tingkat kepuasan terhadap produkkan beragam sesuai dengan perbedaan atribut. Kelima, konsumen akan sampai pada sikap terhadap merek yang berbeda melalui prosedur evaluasi. Hubungan preferensi tersebut biasanya diasumsikan memiliki tiga sifat dasar, yaitu:

- kelengkapan (completeness)
- transitivitas (transitivity)
- kontinuitas (continuity).

2.4 Atribut Produk

Atribut produk merupakan unsur-unsur yang ada pada produk tersebut dan dipandang penting oleh konsumen serta dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan (Tjiptono, 1995). Atribut suatu produk dibedakan ke dalam atribut fisik dan atribut abstrak. Atribut fisik menggambarkan ciri-ciri fisik dari suatu produk, misalnya ukuran. Sedangkan atribut abstrak menggambarkan karakteristik subjektif dari produk berdasarkan persepsi konsumen (Sumarwan, 2003).

Atribut produk adalah sifat-sifat atau aspek-aspek yang terkandung dalam suatu produk dan yang nantinya akan menjadi penentu serta pertimbangan konsumen untuk menyenangi dan kemudian membeli produk tersebut. Atribut produk bisa dibagi menjadi dua yaitu: atribut teknis (fungsional) dan atribut non teknis (emosional). Atribut teknis pada suatu produk hanya menampilkan daya guna produk tersebut. Sedangkan atribut non teknis, bukan hanya menampilkan daya guna saja tetapi juga daya beda dan daya tarik pada suatu produk. (Definisi atribut <http://azzamirsan.wordpress.com/2007/11/17/pasar/>, Diakses tanggal 3 februari 2020).

Seorang konsumen akan melihat suatu produk berdasarkan kepada karakteristik atau ciri atau atribut dari produk tersebut. Para pemasar perlu memahami apa yang diketahui oleh konsumen, atribut apa saja yang dikenal dari suatu produk, atribut mana yang dianggap paling penting oleh konsumen. Pengetahuan mengenai atribut tersebut akan mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen. Pengetahuan yang lebih banyak mengenai atribut suatu produk akan memudahkan konsumen untuk memilih produk yang akan dibelinya (Sumarwan, 2003).

2.5 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Perilaku konsumen biasanya penuh arti dan berorientasi tujuan. Produk dan jasa diterima atau ditolak berdasarkan sejauh mana keduanya dipandang relevan dengan kebutuhan dan gaya hidup. Dengan demikian, sangatlah penting untuk dipelajari karena berhubungan dengan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian sejumlah produk (Engel et al, 1994).

Para pemasar wajib memahami keragaman dan kesamaan atau perilaku konsumen agar mereka mampu memasarkan produknya dengan baik. Para pemasar harus memahami mengapa dan bagaimana konsumen mengambil keputusan konsumsi, sehingga pemasar dapat merancang strategi pemasaran dengan lebih baik. Pemasar yang mengerti perilaku konsumen akan mampu memperkirakan bagaimana kecenderungan konsumen untuk bereaksi terhadap informasi yang diterimanya, sehingga pemasar dapat menyusun strategi pemasaran yang sesuai. Tidak diragukan lagi bahwa pemasar yang memahami konsumen akan memiliki kemampuan bersaing yang lebih baik (Sumarwan, 2003).

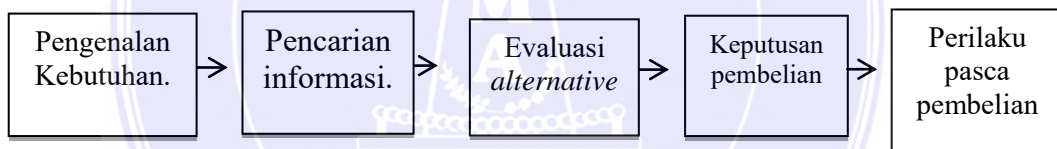
Perilaku konsumen (consumer behavior) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Ada dua elemen penting dari arti perilaku konsumen itu: (1) proses pengambilan

keputusan dan (2) kegiatan fisik, yang semua ini melibatkan individu dalam menilai, dan mempergunakan barang dan jasa ekonomis (Dharmmesta dan Handoko, 1997)

2.6. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2009:234) keputusan pembelian merupakan proses psikologis dasar ini berperan penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian. Para pemasar harus memahami setiap sisi perilaku konsumen.

Menurut kotler dan Amstrong (2003), proses pengambilan keputusan konsumen terdiri dari lima tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pengevaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Proses pengambilan keputusan dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Proses Pengambilan Keputusan (kotler, 2003)

Dari gambar 2. Terlihat bahwa proses keputusan pembelian selalu dimulai dengan pengenalan kebutuhan, yaitu persepsi atas perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan situasi aktual yang memadai untuk menggugah dan menaktifkan proses keputusan (Engel et al, 1994). Pengenalan kebutuhan pada hakikatnya tergantung pada berapa banyak ketidaksesuaian yang ada diantara keadaan aktual, yaitu situasi konsumen sekarang dengan keadaan yang diinginkan. Ketika ketidaksesuaian ini melebihi tingkat ambang tertentu, kebutuhanpun dikenali. Namun seandainya ketidaksesuaian itu ada di bawah tingkat ambang, maka pengenalan kebutuhan tidak terjadi.

Timbulnya kebutuhan tersebut dapat dipicu oleh rangsangan internal maupun rangsangan eksternal (Kotler, 2000). Rangsangan internal adalah kebutuhan dasar seseorang seperti lapar, haus dan lainnya, yang akan timbul suatu saat pada suatu tingkat titik tertentu dan menjadi dorongan yang memotivasi untuk segera memuaskan keinginan tersebut. Sedangkan rangsangan eksternal adalah kebutuhan yang ditimbulkan oleh dorongan eksternal. Pemasar dengan adanya dua jenis rangsangan ini maka perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu suatu kebutuhan tertentu.

Pencarian informasi merupakan tahap lanjutan dari tahap pengenalan kebutuhan yang berdasarkan sumbernya digolongkan menjadi empat yaitu :

1. Sumber pribadi : Keluarga, teman, tetangga, kenalan
2. Sumber komersial : Iklan, wiraniaga, penyalur, kemasan, pajangan di toko
3. Sumber publik : Media massa, organisasi penentu peringkat konsumen
4. Sumber pengalaman : Penanganan, pengkajian dan pemakaian produk.

Secara umum, konsumen mendapatkan sebagian besar informasi tentang suatu produk berasal dari sumber komersial (sumber yang didominasi pemasar), namun informasi yang paling efektif sebenarnya adalah yang berasal dari pribadi.

Evaluasi alternatif adalah proses dimana suatu alternatif pilihan dievaluasi dan dipilih untuk memenuhi kebutuhan konsumen, sedangkan tahap keputusan pembelian merupakan kegiatan yang dilakukan konsumen untuk memperoleh alternatif yang dipilih atau penggantinya bila perlu (Engel et al, 1994). Sementara itu, dalam tahap evaluasi pasca pembelian, konsumen akan mengalami tingkat kepuasan atau ketidak puasan tertentu karena konsumen memiliki sikap yang berbeda-beda dalam memandang atribut yang dianggap relevan dan penting. Pada

tahap ini pula yang menentukan apakah konsumen akan menentukan akan membeli produk/merek yang sama ataukah lebih memilih produk/merek yang lain yang dirasa mampu memberikan tingkat kepuasan lebih tinggi (Kotler, 2000).

2.7. Penelitian Terdahulu

Ani (2001) tentang “Preferensi Konsumen Terhadap Produk Olahan Perikanan (Pempek)” dengan metode penelitian studi kasus di Kelurahan Sialang, Kecamatan Sako Kenten, Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan. Metode penentuan sampel multiple sampling dan di analisis koefisien Konkordansi Kendall. Adapun hasil penelitian antara lain karakteristik konsumen 78,6% adalah perempuan, berusia antara 20 tahun sampai 39 tahun (52,4%) sebesar 97,6% beragama Islam dengan status sudah menikah 71,4%. Sebagian besar responden adalah ibu rumah tangga (38,1%) dan tingkat pendidikan responden 47,6% adalah SLTA. Pendapatan sebagian besar responden (31,0%) adalah lebih dari Rp. 450.000,-. Tingkat perhatian responden dari ketiga jenis cara pengolahan pempek dengan analisis koefisien Konkordansi Kendall uji signifikansi 99,5% menunjukkan adanya kesesuaian perhatian responden terhadap atribut produk pada pempek goreng, pempek panggang dan pempek rebus. Atribut produk pempek yang menjadi perhatian pertama adalah rasa pada jenis pempek goreng rebus, kedua harga, ketiga jenis, keempat ukuran, kelima tekstur. Atribut pempek panggang dan pempek rebus yang menjadi perhatian pertama responden adalah jenis, kedua harga, ketiga rasa, keempat ukuran, dan kelima tekstur.

Samosir (2008) tentang “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Telur Ayam Kampung” dengan metode penelitian studi kasus di Kotamadya Medan, Provinsi Sumatera Utara. Metode

penentuan sampel accidental dan dianalisis dengan metode analisis regresi linear berganda dan korelasi rank spearman. Hasil penelitian antara lain: terdapat hubungan yang signifikan antara umur dengan perilaku konsumen dalam membeli telur ayam kampung, terdapat hubungan yang signifikan antara pekerjaan dengan perilaku konsumen dalam membeli telur ayam kampung, tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pendapatan dengan perilaku konsumen dalam membeli telur ayam kampung, dan terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan dengan perilaku konsumen dalam membeli telur ayam kampung.

Hardiansyah (2014) tentang “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Bakso Bakar di Kecamatan Medan Tembung”, yang menyatakan bahwa karakteristik konsumen 43,4% adalah laki-laki dan 56,6% adalah perempuan, pada jenjang usia 13-15 tahun sebanyak 39,62%, beragama Islam sebanyak 77,35%, pekerjaan yaitu pelajar sebanyak 96,2%, dengan pendapatan Rp 150.000 Rp 299.999/bulan sebanyak 43,39%, status dalam keluarga yaitu anak sebanyak 98,1%, dan tingkat pendidikannya yaitu SMP sebanyak 39,62%. Untuk waktu pembeliannya pada siang hari sebanyak 79,42%, motivasi membeli bakso bakar karena suka sebanyak 66,03%. Berdasarkan analisis Konkordansi Kendall’s diperoleh nilai W sebesar 0,303 dan dari nilai W diperoleh nilai X^2 hitung sebesar 112,327, dan nilai X^2 tabel pada signifikansi 99,5% adalah 16,013. Perbandingan kedua nilai tersebut menghasilkan nilai X^2 hitung $>$ X^2 tabel. Maka, ada kesamaan responden dalam menempatkan posisi urutan atribut produk dan ada kesesuaian perhatian konsumen terhadap atribut bakso bakar.

Penelitian Ciptasmi (2005) mengenai ”Analisis Preferensi Konsumen terhadap Buah Semangka di Kota Surakarta”, dengan sebagai berikut: Hasil

analisis Chi Square menunjukkan bahwa buah semangka yang menjadi preferensi konsumen adalah buah semangka dengan atribut ukuran sedang, rasa manis, kandungan air banyak, warna daging buah merah tua dan tidak berbiji. Sedangkan hasil analisis multiatribut Fishbein menunjukkan bahwa atribut buah semangka yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian buah semangka di Kota Surakarta secara berturut-turut adalah rasa manis sebanyak 17,62 % dari jumlah konsumen, kandungan air dalam buah banyak sebanyak 16,36 % dari jumlah konsumen, warna daging buah merah tua sebanyak 16,19 % dari jumlah konsumen, keadaan biji dalam buah tidak berbiji sebanyak 14,62% dari jumlah konsumen dan ukuran buah sedang sebanyak 14,57 % dari jumlah konsumen.

Yulianto (2009) tentang “Analisis Preferensi Konsumen Jamu Serbuk Kemasan di Kota Bogor, Jawa Barat”, yang menyatakan bahwa Karakteristik konsumen Jamu serbuk kemasan sebagian besar berjenis kelamin laki-laki yaitu untuk jenis Tolak Angin sebesar 87,5 persen, Pegal Linu 77,5 persen dan Obat kuat kebugaran 90 persen. Melihat umur dari sampel konsumen jamu serbuk ketiga jenis yang diteliti terlihat bahwa secara umum dikonsumsi oleh orang dewasa berusia produktif yaitu 26 – 35 tahun. Dilihat dari pendidikan responden jamu serbuk kemasan tergolong terpelajar hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang sebagian besar lulus SMU. Dari segi pekerjaan yang dominan berprofesi sebagai wiraswasta dan pegawai swasta dengan pendapatan antara Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 serta diatas 60 persen responden sudah menikah. Pada proses keputusan pembelian konsumen membeli hanya dalam jumlah satu sachet dan membeli hanya pada saat membutuhkan saat sakit dengan keputusan

pembelian tergantung situasi atau saat sakit 70,83 persen. Dari ketiga merek yang diteliti menunjukkan bahwa jamu merek Sido Muncul menunjukkan urutan tertinggi dinilai sikapnya dari keseluruhan analisis sikap konsumen baik pada jenis Tolak Angin (15,74), Pegal linu (17,98) maupun Obat Kuat atau Kebugaran (16,36). Atribut yang melatar belakangi pilihan konsumen terhadap jamu serbuk kemasan yaitu pada atribut iklan, merek, harga dan kemampuan khasiat dari jamu serbuk kemasan.



III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Medan Denai, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Penentuan lokasi penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive* (sengaja). Penentuan lokasi ini didasari dengan pertimbangan karena di Kecamatan Medan Denai diketahui terdapat adanya Sentra Penjual Bahan-Bahan Jamu, Toko penjual jamu serbuk, dan jamu gilingan. Dilokasi tersebut banyak ditemui pedagang jamu dimana para pedagang jamu tersebut membeli bahan-bahan untuk berjualan jamu ke sentra tersebut. Penelitian dilakukan pada bulan Juli - Agustus 2020.

3.2. Metode Pengambilan Sampel

Berdasarkan hasil Pra survey yang dilakukan pada tanggal 8 januari 2020 di Medan Denai terdapat 45 pedagang jamu pagi, dan 19 pedagang jamu malam. Menurut Chonen, et.al, (2007, hlm. 101) semakin besar sampel dari besarnya populasi yang ada adalah semakin baik, akan tetapi ada jumlah batas minimal yang harus diambil oleh peneliti yaitu sebanyak 30 sampel. Sebagaimana dikemukakan oleh Bailey dalam Mahmud (2011, hlm 159) yang menyatakan bahwa ukuran sampel minimum adalah 30. Maka dengan teori tersebut, peneliti memutuskan mengambil sampel di lokasi sebanyak 30 pedagang jamu. Dari pedagang jamu tersebut akan dibagi dua masing-masing diambil 15 pedagang jamu pagi dan 15 pedagang jamu malam untuk mewakili seluruh pedagang jamu di Medan Denai. Dari masing-masing pedagang jamu akan diambil 2 konsumen yang dilakukan secara sengaja (*purposive*) di lokasi penelitian. Dari konsumen pedagang jamu pagi dan jamu malam diperoleh 60 konsumen jamu yang di ambil

secara sengaja (*purposive*) yang sedang membeli jamu pada saat penelitian dilakukan.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan metode survey. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder.

Data primer yaitu data diperoleh dengan wawancara langsung kepada konsumen pedagang jamu pagi dan jamu malam yang berada di Medan Denai dengan menggunakan kuisioner yang telah disiapkan, observasi langsung terhadap konsumen jamu pagi dan jamu malam di kecamatan Medan Denai.

Data Sekunder yang diperoleh dari instansi yang terkait dalam penelitian ini yang berasal dari Statistik Tanaman Hortikultura Provinsi Sumatera Utara, dan jurnal-jurnal yang terkait dalam penelitian ini.

3.4. Metode Analisis Data

Berdasarkan jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti, metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Penelitian dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif adalah penelitian yang menggambarkan atau melakukan objek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Penelitian deskriptif kualitatif berusaha mendeskripsikan seluruh gejala atau keadaan yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan (Mukhtar, 2013:38).

Metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan dan menafsirkan data yang berkenaan dengan situasi yang terjadi secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antara variabel untuk mendapatkan kebenaran, sedangkan metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian

yang lebih difokuskan pemahaman pada fenomena-fenomena sosial dari prospektif partisipan dengan lebih menitik beratkan pada gambaran yang lengkap merinci menjadi variabel yang saling terkait.

Penelitian kualitatif bertujuan memperoleh pemahaman makna penghayatan (verstehen), mengembangkan teori dan menggambarkan realita yang kompleks. Pada penelitian kualitatif tidak bisa diperoleh atau diukur menggunakan prosedur-prosedur statistik. Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner atau dihitung frekuensi dan persentasenya kemudian disajikan dalam bentuk tabel tunggal (Sugiyono, 2011).

Metode kualitatif lebih mendasarkan kepada filsafat fenomenologi yang mengutamakan penghayatan (verstehen). Metode kualitatif berusaha memahami dan menafsirkan makna sesuatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri. Setelah data dikumpulkan dan dituangkan dalam bentuk laporan maka selanjutnya adalah melakukan analisis data (Usman dan Setiady, 2004).

3.5 Definisi Operasional

Adapun Definisi Operasional Variabel pada proposal penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pedagang jamu adalah orang yang bekerja dan membuat jamu untuk dijual dengan berkeliling, baik dengan cara menggendong, mengendarai sepeda/motor, atau memiliki tempat yang tetap dengan menggunakan gerobak untuk memenuhi kebutuhan hidup, membantu perekonomian keluarga, sebagai kerjaan utama maupun sampingan. Dimana dengan keadaan sekarang pedagang jamu bukan lagi identik

dengan dipasarkan pada pagi hari, tetapi pada malam hari pun sudah banyak ditemui.

2. Umur adalah usia yang dimiliki konsumen jamu (Tahun).
3. Jenis Kelamin adalah ciri biologis yang dimiliki oleh konsumen jamu pagi dan konsumen jamu malam dibedakan menjadi laki-laki dan perempuan.
4. Status pernikahan adalah keadaan seorang konsumen jamu saat ini seperti berstatus menikah, belum menikah, janda atau duda.
5. Tingkat pendidikan adalah pendidikan yang diperoleh konsumen jamu melalui jenjang pendidikan (formal) seperti SD, SMP, SMA, dan Perguruan tinggi.
6. Pekerjaan adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh konsumen jamu pagi dan jamu malam yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.
7. Pendapatan konsumen adalah hasil yang diperoleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan hidup (Rp).
8. Atribut jamu adalah karakteristik/ciri-ciri yang melekat pada produk jamu diantaranya: rasa, jenis, harga, dan khasiat.
9. Rasa adalah suatu yang dapat dirasakan oleh indra perasa (lidah). Rasa dalam jamu yang dimiliki berupa pahit, dan tidak pahit yang dimiliki oleh jamu yang dinilai dengan konsumen jamu.
10. Jenis jamu adalah macam-macam jamu yang dapat dikonsumsi dengan konsumen jamu berupa jamu tradisional dan jamu modern.
 - Jamu tradisional merupakan jamu yang terbuat dari bahan-bahan alami yang diolah dengan cara sederhana dengan cara ditumbuk,

dihaluskan, menggunakan tangan manusia. Jenis jamu tradisional berupa beras kencur, jahe, kunyit, temulawak, pahitan (sambiloto).

- Jamu modren merupakan jamu yang di produksi oleh pabrik menggunakan mesin. Biasanya berbentuk jamu bubuk atau pil dan kapsul hasil produksi industri jamu seperti Jamu Jago, Mustika Ratu, Nyonya Meneer, Leo, Sido Muncul, Jamu Simona, Jamu Borobudur, Jamu Dami, Jamu Air Mancur, Jamu Pusaka Ambon, Jamu Bukit Mentjos, dan tenaga Tani Farma (Aceh). Jenis jamu modern berupa tolak angin, pegal linu, dan obat kuat/kebugaran.

11. Harga merupakan suatu nilai yang ditentukan untuk mendapatkan suatu produk dalam pembelian oleh konsumen jamu.
12. Khasiat merupakan suatu manfaat yang didapat setelah konsumen mengonsumsi jamu dengan tujuan tertentu.
13. Proses keputusan pembelian adalah sesuatu yang dimulai ketika konsumen mengenali kebutuhan pada jamu pagi dan jamu malam.
14. Pengenalan kebutuhan merupakan langkah awal dalam proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian jamu.
15. Pencarian informasi adalah suatu tahap proses keputusan pembelian dimana konsumen tergerak untuk mencari informasi tambahan.
16. Evaluasi alternatif adalah suatu tahap proses keputusan pembelian dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi berbagai merek alternatif di dalam serangkaian pilihan.
17. Proses pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan oleh konsumen jamu.

18. Pasca pembelian adalah suatu tahap proses keputusan pembeli konsumen melakukan tindakan lebih lanjut setelah pembelian berdasarkan pada kepuasan atau ketidak puasan.
19. Preferensi konsumen adalah tingkat kesukaan seseorang pada suatu produk yang di konsumsi.



IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Medan Denai, Kota Medan, Sumatera Utara. Kecamatan Medan Denai merupakan salah satu kecamatan di Kota Medan yang mempunyai luas sekitar 9,91 km², dan Letak diatas permukaan Laut 25 Meter. Kecamatan Medan Denai berbatasan langsung dengan Kecamatan Medan Amplas di sebelah selatan, Kecamatan Medan Tembung di sebelah utara, Kecamatan Medan Area di sebelah barat, dan Kabupaten Deli Serdang di sebelah timur.

Tabel 4. Luas Wilayah dan Persentase Terhadap Luas Kecamatan Menurut Kelurahan Tahun 2019

Kelurahan	Luas (Km ²)	Persentase Terhadap Luas Kecamatan (%)
Binjai	4,14	41,77
Medan Tenggara	2,07	20,89
Denai	1,30	13,12
Tegal Sari Mandala III	1,03	10,39
Tegal Sari Mandala II	0,87	8,78
Tegal Sari Mandala I	0,50	5,05
Jumlah	9,91	100

Sumber: BPS Kecamatan Medan Denai Dalam Angka 2019

Berdasarkan tabel 4. Luas Wilayah dan Persentase Terhadap Luas Kecamatan Menurut Kelurahan Tahun 2019 dapat diketahui bahwa Kecamatan Medan Denai terdiri dari 6 kelurahan dengan luas terbesar ialah kelurahan Binjai dengan luas 4,14 Km², dan terendah Tegal Sari Mandala I dengan luas 0,50 Km².

4.2. Kependudukan

Kecamatan Medan Denai dihuni oleh 148.438 orang penduduk dimana tiap kelurahan memiliki jumlah penduduk yang berbeda-beda. Berikut adalah tabel jumlah penduduk, luas kelurahan, kepadatan penduduk per Km² menurut kelurahan tahun 2019.

Tabel 5. Jumlah Penduduk, Luas Kelurahan Kepadatan Penduduk Per Km² Menurut Kelurahan Tahun 2019

No	Kelurahan	Jumlah Penduduk	Luas Wilayah (Km ²)	Kepadatan Penduduk per Km ²
1	Binjai	46.422	4,14	11.213
2	Medan Tenggara	18.699	2,07	9.033
3	Denai	19.661	1,30	15.124
4	Tegal Sari Mandala III	31.572	1,09	28.965
5	Tegal Sari Mandala II	20.927	0,87	24.054
6	Tegal Sari Mandala I	11.157	0,50	22.314
	Jumlah	148.438	9,91	14.979

Sumber: BPS Kecamatan Medan Denai Dalam Angka 2019

Berdasarkan Tabel 5. Jumlah Penduduk, Luas Kelurahan Kepadatan Penduduk Per Km² Menurut Kelurahan Kecamatan Medan Denai Tahun 2019 Dimana penduduk terbanyak berada di Kelurahan Binjai yakni sebanyak 46.422 orang. Jumlah penduduk terkecil di Kelurahan Tegal Sari Mandala I yakni sebanyak 11.157 orang. Bila dibandingkan antara jumlah penduduk serta luas wilayahnya, maka Kelurahan Tegal Sari Mandala III merupakan kelurahan terpadat yaitu 28.965 orang per km² Sedangkan kelurahan dengan tingkat kepadatan terendah terdapat di Kelurahan Medan Tenggara yaitu 9.033 orang per

km².

Tabel 6. Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur & Jenis Kelamin Tahun 2019

Kelompok Umur	Jenis Kelamin		Jumlah
	Laki-Laki	Perempuan	
0 – 4	6.591	6.615	13.206
5 – 9	6.825	6.725	13.577
10 – 14	6.865	6.681	13.546
15 – 19	7.257	7.245	14.502
20 – 24	8.029	7.974	16.003
25 – 29	6.545	6.693	13.238
30 – 34	5.659	5.884	11.543
35 – 39	5.146	5.396	10.542
40 – 44	4.724	5.083	9.807
45 – 49	4.249	4.514	8.763
50 – 54	3.828	4.009	7.837
55 – 59	3.094	3.224	6.318
60 – 64	2.195	2.271	4.466
65 – 69	1.263	1.289	2.552
70 – 74	582	803	1.385
75+	444	709	1.153
Jumlah	73.296	75.142	148.438

Sumber: BPS Kecamatan Medan Denai Dalam Angka 2019

Berdasarkan Tabel 6. Jumlah penduduk Kecamatan Medan Denai sebanyak 148.438 jiwa terdiri dari 73.296 orang laki-laki serta 75.142 orang perempuan. Dilihat dari kelompok umur, penduduk Kota Medan paling banyak berada di kelompok umur 20 – 24 tahun, yakni sebesar 16.003 orang, dan yang paling sedikit berada di kelompok umur 75 tahun ke atas, yaitu sebesar 1.153 orang.

4.3. Gambaran Pedagang jamu pagi dan jamu malam

Pedagang jamu pagi memiliki pasar tidak menetap selalu berkeliling di wilyah yang setiap hari ia lalui untuk menjual jamu nya tetapi penjual jamu pagi mempunyai konsumen yang tetap. Pedagang jamu pagi adalah suatu usaha yang banyak di jalanin dengan kaum perempuan atau ibu-ibu. Adanya perempuan

bekerja, tentu akan dapat mengangkat kesejahteraan keluarga karena mendapat tambahan penghasilan dari hasil kerja mereka. Fenomena tersebut menunjukkan perempuan sebagai ibu rumah tangga dan sebagai pencari tambahan pendapatan bisa berjalan dengan baik karena partisipasi kaum perempuan dalam membantu meningkatkan perekonomian keluarga, memenuhi kebutuhan hidup, dan sebagai pekerjaan utama. Akan tetapi dengan semakin tingginya akan kebutuhan hidup dan rendahnya tingkat pendidikan membuat sebagian kaum laki-laki juga ada yang menjadi seorang pedagang jamu. pada umumnya penjual jamu pagi tidak memiliki tempat jualan yang menetap karna penjual jamu pagi lebih dominan keliling dengan sepeda, berjalan kaki (jamu gendong), dan sepeda motor. penjual jamu pagi sudah memiliki konsumen yang menetap mendatangi rumah-rumah untuk menawarkan jualan nya pada pelanggan setia nya yang setiap hari mengkonsumsi jamu. Dimana jamu yang dijual pada pedagang jamu pagi sama seperti jamu biasanya yaitu kebanyakan jamu-jamu tradisional seperti jamu beras kencur, jamu kunyit, jamu temulawak, jamu jahe, serta berbagai jamu saset lainnya dengan khasiat yang berbeda-beda. Yang dimana tujuan konsumen disetiap kalangan mulai dari anak-anak sampai orang tua dapat mengkonsumsinya. Dengan jenis khasiat jamu yang dibutuhkan.

Pedagang jamu malam adalah suatu usaha yang dijalankan pada malam hari, dari karakteristik pedagang jamu malam yang ditemui dilokasi penelitian bukan hanya kaum laki-laki saja akan tetapi dapat kita temui juga kaum ibu-ibu yang berjualan jamu dimalam hari. Dengan bertujuan untuk memperoleh produksi yang tinggi dan untuk membantu perekonomian keluarga dan sudah menjadi pekerjaan utama yang telah ditekuni dari pedagang tersebut. penjual jamu malam memiliki

tempat yang menetap dengan gerobak tetapi tidak memiliki konsumen yang tetap, konsumen jamu malam kebanyakan yang mengkonsumsinya lebih untuk kebutuhan ketika ingin saja. Dimana pedagang dalam menjajakan jamu pedagang jamu harus menunggu konsumen, dikarenakan pedagang jamu malam tidak memiliki konsumen tetap tetapi pedagang jamu malam mempunyai tempat berjualan yang tetap. Jenis jamu yang ditawarkan pedagang jamu malam terdapat jamu tradisional dan jamu modern dimana jamu malam yang ditawarkan itu kebanyakan jenis jamu saset yang lebih komplis dari pada pedagang jamu pagi.

4.4. Karakteristik Sampel Penelitian

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen jamu pagi dan konsumen jamu malam yang ada di Kecamatan Medan Denai. Sampel di lokasi sebanyak 30 pedagang jamu. Dari pedagang jamu tersebut akan dibagi dua masing-masing diambil 15 pedagang jamu pagi dan 15 pedagang jamu malam untuk mewakili seluruh pedagang jamu di Medan Denai. Dari masing-masing pedagang jamu akan diambil 2 konsumen. Dari total keseluruhan konsumen pedagang jamu pagi dan jamu malam diperoleh 60 konsumen pedagang jamu.

4.4.1. Karakteristik Konsumen Jamu Pagi dan Konsumen Jamu Malam

Karakteristik konsumen dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian atau mengonsumsi suatu barang. Karakteristik konsumen dapat dilihat berdasarkan demografi, psikografi, dan pengalaman konsumen. Setiap perusahaan motivasi, kebutuhan dan preferensi konsumen merupakan sumber kegagalan terbesar bagi pemasaran perusahaan. Mempelajari kebutuhan konsumen, dapat memberikan petunjuk bagi pengembangan produk baru, keunggulan produk, penentuan harga, saluran pemasaran, dan pesan iklan serta elemen bauran

pemasaran lainnya. Konsumen memiliki karakteristik yang dapat mempengaruhi perilaku dalam proses pembelian.

Tabel 7. Rata-rata Karakteristik Konsumen Jamu Pagi dan Konsumen Jamu Malam

Karakteristik Konsumen	Konsumen Jamu			
	Pagi	Persentase (%)	Malam	Persentase (%)
Usia	30 - 45 Tahun	50%	30 - 45 Tahun	43%
Jenis Kelamin	Perempuan	83%	Laki-laki	100%
Status Pernikahan	Menikah	83%	Menikah	77%
Pendidikan	SMA	40%	SMA	43%
Pekerjaan	Wiraswasta	43%	Wiraswasta	63%
Pendapatan	< Rp 1.000.000	47%	> Rp 2.000.000	63%

A. Usia

Usia responden bervariasi mulai dari < 30 tahun hingga > 45 tahun. Berdasarkan hasil penelitian bahwa umur sampel konsumen jamu pagi dan konsumen jamu malam di daerah penelitian.

Berdasarkan tabel 7. dapat dilihat bahwa sampel konsumen jamu pagi terbesar berada pada kelompok umur 30-45 tahun dengan persentase terbesar yaitu 50 % . Hal ini dapat dijelaskan bahwa usia muda jarang yang mengkonsumsi jamu karena jamu tergolong kurang modern sebab golongan muda lebih dinamis dan modern dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan dirinya secara langsung. Sedangkan sampel konsumen jamu malam terbesar berada pada kelompok umur 30-45 tahun dengan persentase terbesar yaitu 43 %. Hal ini dapat dilihat bahwa konsumen dengan tingkat usia 30 - 45 rata-rata bekerja hingga larut malam sehingga stamina tubuhnya menurun ketika pulang kerja. Pada umumnya yang dilakukan laki-laki untuk mengembalikan stamina tubuh agar kembali pulih dengan cara mengkonsumsi jamu beserta puding telur agar kembali kerumah tidak merasa lemas dan keesokan harinya bisa bekerja seperti biasanya.

B. Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis kelamin sampel konsumen jamu pagi dan konsumen jamu malam di daerah penelitian dapat dilihat pada tabel 7 bahwa jenis kelamin sampel konsumen jamu pagi tertinggi berada pada tingkat perempuan dengan persentase terbesar 83%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen jamu berjenis kelamin perempuan yang lebih dominan dalam mengkonsumsi jamu pagi. Pada umumnya perempuan lebih banyak mempunyai waktu yang panjang ketika berada dirumah bahkan tidak mempunyai waktu untuk keluar rumah membeli jamu pada malam hari karna pedagang jamu pagi sifatnya berkeliling dengan cara mendatangi konsumen. Dan kelebihan jamu pagi harganya lebih murah dibandingkan harga jamu malam. Hal inila menjadi salah satu alasan perempuan lebih suka atau lebih banyak mengkonsumsi jamu pagi.

Perempuan pada umumnya mengkonsumsi jenis jamu tradisional untuk menjaga kesehatannya, pencegahan ataupun mengobati penyakit. Selain itu segmen pasar pedagang jamu pagi lebih terfokus pada perempuan dari hal inila pedagang jamu pagi tidak lengkap menyediakan jenis jamu kemasan (jamu modern) karna rata-rata perempuan mengkonsumsi jamu lebih sering mengkonsumsi jenis jamu tradisional.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa sebagian besar konsumen jamu malam adalah laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa jenis kelamin sampel konsumen jamu malam untuk keseluruhannya berada pada kelompok laki-laki dengan jumlah 30 orang dengan persentase 100 %. Secara umum laki-laki banyak mengkonsumsi jamu pada malam hari karna masalah waktu. Perempuan lebih memilih mengkonsumsi jamu pagi karena perempuan selain enggan untuk

membeli jamu pada malam hari, dapat juga terjadi karena beberapa pedagang jamu malam dari sisi segmen pasarnya menargetkan kaum laki-laki. Hal ini yang dapat menjadi alasan perempuan lebih memilih mencari alternatif lain untuk membeli jamu yaitu pada pedagang jamu pagi yang biasanya mendatangi konsumen secara langsung.

C. Status Pernikahan

Status pernikahan sampel konsumen jamu pagi dan konsumen jamu malam di daerah penelitian dapat dilihat pada tabel 7. Dapat dilihat bahwa status pernikahan konsumen jamu pagi tertinggi berada pada status menikah dengan persentase tertinggi sebesar 83%. Sedangkan konsumen jamu malam berdasarkan status pernikahan tertinggi berada pada status menikah dengan persentase tertinggi sebesar 77%.

Hal ini menunjukkan bahwa orang yang sudah menikah lebih memperhatikan kesehatannya untuk tubuhnya agar tetap sehat sehingga ingin terlihat tetap awet muda dengan cara merawat tubuh dengan mengonsumsi jamu yang terbuat dari bahan herbal. Meskipun biasanya perempuan yang sudah menikah mempunyai anak biasanya setelah persalinan memiliki permasalahan yang berbeda beda. Salah satunya memiliki masalah berat badan naik, dan perempuan yang bekerja sambil mengurus rumah biasanya memiliki banyak aktivitas pada umumnya mudah lelah. Sehingga konsumen pedagang jamu pagi yang berstatus paling tertinggi berada pada status menikah.

D. Pendidikan

Pendidikan dianggap penting terkait korelasinya dengan perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, konsumen menggunakan

wawasan dan pengetahuan yang dimilikinya. Pendidikan sampel konsumen jamu pagi dan konsumen jamu malam di daerah penelitian bervariasi mulai dari tingkat SD hingga Perguruan tinggi. Tingkat pendidikan konsumen pedagang jamu pagi dan konsumen jamu malam dapat dilihat pada tabel 7.

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat bahwa besar tingkat pendidikan sampel konsumen jamu pagi tertinggi berada pada tingkat SMA dengan persentase terbesar yaitu 40 %. Sedangkan tingkat pendidikan sampel konsumen jamu malam yang paling tinggi terdapat pada tingkat SMA yaitu 43%. Dilihat dari pendidikan konsumen jamu pagi dan konsumen jamu malam dapat digolongkan sebagai besar adalah individu yang terpelajar. Hal ini dapat dilihat dari pendidikan dimana sebagian besar konsumen jamu pagi berpendidikan lulusan SMA.

E. Pekerjaan

Berdasarkan dari sisi jenis pekerjaan sampel konsumen jamu pagi dan konsumen jamu malam dapat dilihat pada tabel 7 bahwa pekerjaan sampel konsumen jamu pagi tertinggi berada pada pekerjaan wiraswasta dengan persentase terbesar yaitu 43%. Sedangkan sampel konsumen jamu malam tertinggi berada pada pekerjaan wiraswasta dengan persentase terbesar yaitu 63%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen jamu malam tergolong dalam pekerja keras dimana banyak yang bekerja hingga larut malam dan hanya mempunyai waktu untuk mengkonsumsi jamu setelah pulang bekerja.

F. Pendapatan

Pembelian erat kaitannya dengan pendapatan, Pendapatan konsumen sangat memberikan pengaruh terhadap jumlah berbagai jenis produk yang ingin dikonsumsi oleh konsumen secara keseluruhan. Dilihat dari sisi pendapatan sampel

konsumen jamu pagi dan konsumen jamu malam dapat dilihat pada tabel 7, bahwa besar tingkat pendapatan sampel konsumen jamu pagi terbanyak pada tingkat pendapatan < 1.000.000 dengan persentase terbesar yaitu 47%. Sedangkan konsumen jamu malam terbanyak pada tingkat pendapatan > 2.000.000 dengan persentase terbesar yaitu sebanyak 63%.



VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian didapat beberapa hal terkait pembahasan preferensi konsumen jamu pagi dan konsumen jamu malam dengan indikator atribut jamu yaitu khasiat, rasa, jenis, dan harga maka dapat disimpulkan:

1. Konsumen jamu pagi

Karakteristik konsumen jamu pagi sebagian besar berjenis kelamin perempuan sebesar 83% dengan usia produktif yaitu 30-45 tahun sebesar 50%, dimana sebagian besar konsumen berstatus sudah menikah. Berdasarkan tingkat pendidikan terakhir SMA/Sederajat, dan bekerja sebagai wiraswasta dengan pendapatan anatar Rp 500.000 – Rp 1.000.000.

Atribut utama konsumen jamu pagi adalah khasiat sebesar 67%, dengan atribut rasa tidak pahit, jenis jamu tradisional, dan harga yang murah sesuai dengan pendapatan konsumen.

Proses pengambilan keputusan konsumen jamu pagi, mulai tahapan pengenalan kebutuhan, dimana sebagian besar konsumen mengkonsumsi jamu untuk memelihara kesehatan. Pada tahapan pencarian informasi, konsumen lebih mempercayai sumber dari keluarga. Proses tahapan keputusan pembelian memilih membeli dengan pedagang jamu keliling karena langsung diminum, dilakukan terencana setiap hari. Selanjutnya adalah perilaku pasca pembelian, bahwa loyalitas responden menginginkan jamu sangat tinggi, sebagian besar konsumen akan tetap membeli meskipun mengalami kenaikan harga.

2. Konsumen jamu malam

Karakteristik konsumen jamu malam sebagian besar berjenis kelamin

laki-laki sebesar 100% dengan usia produktif yaitu 30-45 tahun sebesar 43%, dimana sebagian besar konsumen berstatus sudah menikah. Berdasarkan tingkat pendidikan terakhir SMA/Sederajat, dan bekerja sebagai wiraswasta dengan pendapatan rata-rata diatas Rp 2.000.000.

Atribut utama konsumen jamu malam adalah khasiat sebesar 70%, dengan atribut rasa pahit. Jenis jamu modern dengan harga yang sedang sesuai dengan pendapatan konsumen.

Proses pengambilan keputusan konsumen jamu malam, yaitu tahapan pengenalan kebutuhan, dimana konsumen mengkonsumsi jamu untuk memelihara kesehatan. Pada tahap pencarian informasi konsumen memilih teman sebagai sumber informasi utama. Proses keputusan pembelian untuk tempat pembelian konsumen memilih tempat jamu yang menetap. Tahap perilaku pasca pembelian, bahwa loyalitas responden menginginkan jamu sangat tinggi, sebagian besar konsumen akan tetap membeli meskipun mengalami kenaikan harga.

6.2 Saran

Maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pedagang agar lebih selektif dalam memilih produk jamu yang lebih diinginkan konsumen dengan indikator atribut berupa rasa, jenis, harga, dan khasiat sesuai dengan yang dibutuhkan oleh konsumen jamu pagi dan malam agar dapat meningkatkan pembelian konsumen.
2. Bagi peneliti selanjutnya, agar dapat mengembangkan lagi permasalahan preferensi konsumen dan menjadi sumber acuan untuk melakukan penelitian tentang strategi dalam meningkatkan konsumsi jamu tradisional dan modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggelina Santi, 2005. Analisis Faktor-Faktor Preferensi Konsumen terhadap Pembelian Minuman Jamu Gendong [Skripsi] Institut Pertanian Bogor.
- Ani, Lelly, 2001. Preferensi Konsumen Terhadap Produk Olahan (Pempek). Skripsi Program Studi Sosial Ekonomi Perikanan Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Institut Pertanian Bogor.
- Ciptasasmi, Nurfadila. 2005. Analisis Preferensi Konsumen terhadap Buah Semangka di Kota Surakarta. Skripsi Fakultas Pertanian UNS.
- Dharmmesta, B.S. dan H. Handoko. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE. Yogyakarta.
- Engel, J., Roger D.B., dan Paul W.M., 1994. *Perilaku Konsumen*. Binarupa Aksara. Jakarta.
- Geertz, H. 1983. *Aneka Budaya dan Komunitas di Indonesia*. Terjemahan A. Rachman Zainudin. FIS-UI. Jakarta.
- <http://azzamirsan.wordpress.com/2007/11/17/pasar/>. Diakses tanggal 3 februari 2020
- Kotler Philip. 2002. *Marketing Management*, Millenium Edition. North Western University. New jersey, Prentice Hall Inc.
- Nazir, M. 1988. *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia: Jakarta
- Oktaviani, C. 1996. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Orang Tua Dalam Keputusan Membeli Mainan Anak dan Preferensi Anak di Kelurahan Pondok Kelapa Kecamatan Duren Sawit Jakarta Timur (Skripsi). Semarang: Fakultas Ekonomi UNS.
- Pali, Elisabet. 1994. *Penjual Jamu Gendong*. Tesis Master Program Pascasarjana Institut Pertanian Bogor.
- Samosir, Hotmaida V, 2008. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Permintaan Telur Ayam Kampung. Skripsi Departemen Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Sumatera Utara.
- Simamora, B. 2003. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif & Profitabel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Simanjuntak, Aprita, 2012. Pengaruh Gaya Hidup dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline. Skripsi Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.
- Sudharto, 2003. *Majalah Tanaman Obat "HERBA"*. Edisi Oktober 2003, hal.41.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, U. 2003. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, 2004. *Perilaku Konsumen, Teori, dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia .
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan: Untuk*

Meningkatkan Pangsa Pasar. Jakarta: Rineka Cipta
Supriadi, dkk. 2001. Tumbuhan Obat Indonesia, Penggunaan, dan Khasiatnya.
Pustaka Populer Obor. Jakarta.
Tjiptono, F. 1995. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.



LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

PREFERENSI KONSUMEN JAMU PAGI DAN JAMU MALAM.

Nomor Kuesioner :
Pengantar Penelitian

Tanggal Wawancara :

Bapak / Ibu / Saudara / I yang terhormat, saya Mahasiswa S1 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area melaksanakan penelitian mengenai Preferensi Konsumen Jamu Pagi dan Konsumen Jamu Malam. Saya memohon ketersediaan Bapak / Ibu / Saudara / I sangat berharga sebagai bahan masukan untuk proses pengambilan keputusan dari penelitian ini. Saya ucapkan terimakasih atas bantuan dan perhatiannya.

Identitas Responden

1. Jenis Kelamin ?
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Usia ?
 - a. Kurang dari < 20 Tahun
 - b. 21-30 Tahun
 - c. 31-40 Tahun
 - d. > 40 Tahun
3. Status Pernikahan ?
 - a. Menikah
 - b. Belum Menikah
 - c. Janda
 - d. Duda
4. Pendidikan ?
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA
 - d. Perguruan Tinggi
5. Pekerjaan ?
 - a. PNS/Pegawai Swasta
 - b. Wiraswasta
 - c. Pelajar/Mahasiswa
 - d. Lainnya :
6. Pendapatan dalam sebulan ?
 - a. Kurang dari Rp. 1.000.000
 - b. Rp. 1.000.000 – Rp. 1.500.000
 - c. 1.600.000 – Rp. 2.000.000
 - d. Lebih dari Rp. 2.000.000

Petunjuk Pengisian

Berilah Tanda (\surd) seberapa besar tingkat persetujuan anda terhadap pertanyaan-pertanyaan berikut.

Preferensi Konsumen

Jenis

1. Jamu apa yang sekarang bapak/ibu konsumsi ?
 - Jamu modern
 - Jamu tradisional
2. Apa alasan Bapak ibu mengkonsumsi jenis jamu tersebut ?
.....
3. Berapa jenis jamu yang dikonsumsi setiap sekali minum dalam sehari ?
.....
4. Jenis jamu apa yang bapak/ibu konsumsi saat ini ?
 - Tolak angin
 - Pegal linu
 - Obat kuat/kebugaran
5. Apa alasan Bapak/Ibu mengkonsumsi jenis jamu tersebut ?
.....

Rasa

1. Rasa jamu apa yang paling Bapak/Ibu sukai ?
 - Tidak pahit
 - Pahit
2. Bagaimana dengan rasa jamu yang Bapak/Ibu konsumsi sesuai dengan keinginan sekarang ?
 - Ya
 - Tidak
3. Jika tidak sesuai, rasa seperti apa yang Bapak/Ibu inginkan ?
.....
4. Seberapa penting rasa pahit/tidak pahit mempengaruhi Bapak/ibu dalam penilaian mengkonsumsi jamu?
 - Tidak penting (yang penting minum)
 - Sangat penting
5. Apakah rasa menjadi penilaian utama saat Bapak/ibu mengkonsumsi jamu ?
 - Ya
 - Tidak

Harga

1. Bagaimana harga jamu yang bapak/ibu beli ?
.....
 - Murah
 - Mahal
2. Apakah harga jamu yang bapak/ibu beli sudah sesuai dengan harga yang diharapkan ?
 - Ya
 - Belum
3. Jika belum, berapa harga jamu yang Bapak/ibu inginkan ?

-
4. Jika harga jamu yang biasa Bapak/ibu beli mengalami kenaikan, apakah tetap membeli ?
 - Ya
 - Tidak
 5. Seberapa penting harga mempengaruhi Bapak/Ibu dalam mempertimbangkan mengkonsumsi jamu ?
 - Tidak penting (yang penting minum)
 - Sangat penting

Khasiat

1. Diliat dari sisi khasiat, anda mengkategorikan jamu pilihan anda seperti apa ?
 - Khasiatnya cepat dalam mengobati
 - Khasiatnya mampu mengobati penyakit bila minum berulang/rutin
2. Apakah jamu yang Bapak/Ibu konsumsi bermanfaat untuk menjaga kesehatan?
 - Ya
 - Tidak, Alasannya...
3. Saat Bapak/Ibu mengkonsumsi jamu, tujuan khasiat penggunaan apa yang ingin anda capai ?
 - Pencegahan
 - Pengobatan
 - Pemulihan kesehatan
4. Apakah khasiat menjadi penilaian pertama saat Bapak/Ibu mengkonsumsi jamu?
 - Ya
 - Tidak, Alasannya....
5. Apakah jamu yang Bapak/Ibu minum berkhasiat baik untuk pengobatan ?
 - Ya
 - Tidak, Alasannya...

A. Pengenalan Kebutuhan

1. Bagaimana Perasaan anda jika tidak mengkonsumsi Jamu ?
 - Merasa ada yang kurang
 - Biasa saja
2. Apa motivasi utama anda mengkonsumsi jamu ?
 - Pengobatan Penyakit
 - Memelihara Kesehatan
 - Takut efek samping dari obat farmasi
3. Apakah Bapak/ibu lebih sering memilih membeli jamu pagi ?

.....

 - Ya
 - Tidak
4. Jika Ya, Apa alasan Bapak/ibu memutuskan membeli jamu pagi dibandingkan jamu malam ?
 - Rasa nya pahit
 - Harganya lebih murah
5. Apakah Bapak/ibu lebih sering memutuskan membeli jamu malam ?

-
- Ya
 - Tidak
- Alasannya.....

B. Pencarian Informasi

1. Dimana anda mencari untuk mengetahui informasi jamu ?
 - Teman
 - Televisi
 - Keluarga
2. Sumber mana yang paling mempengaruhi anda dalam memilih jamu ?
 - Teman
 - Televisi
 - Keluarga
3. Siapa yang mempengaruhi anda ketika memutuskan untuk membeli jamu ?
 - Inisiatif sendiri
 - Teman
 - Keluarga
4. Bentuk promosi apa yang paling membuat Bapak/Ibu tertarik untuk membeli jamu ?
 - Potongan harga
 - Hadia dalam kemasan
5. Apakah anda pernah melihat iklan / promosi mengenai jamu ?
 - Ya
 - Tidak

Jika Ya, Dimana

C. Evaluasi Alternatif

1. Apa yang menjadi pertimbangan utama anda saat membeli jamu ?
 - Rasa
 - Jenis
 - Harganya Murah
 - Khasiat terbukti ampuh
2. Dilihat dari sisi khasiat, anda mengkategorikan jamu pilihan anda seperti apa ?
 - Khasiatnya cepat dalam mengobati penyakit
 - Khasiatnya mampu mengobati penyakit bila minum berulang/rutin
3. Alasan Bapak/Ibu menyukai jamu ?
 - Rasanya enak
 - Praktis
 - Kasiat terbukti ampuh
4. Saat anda mengkonsumsi jamu tujuan penggunaan apa yang anda ingin capai?
 - memelihara kesehatan
 - pencegahan
 - pengobatan
 - Pemulihan kesehatan
5. Bagaimana rasanya jika tidak mengkonsumsi jamu dalam sehari ?

- Ada yang kurang
- Biasa saja

D. Keputusan Pembelian

1. Dimana biasanya anda paling sering membeli dan meminum jamu ?
 - Jamu keliling dan langsung diminum.
 - Tempat jamu yang menonggok (menetap) dan langsung diminum.
 - Toko/warung terdekat lalu diminum dirumah
2. Apakah anda menyediakan waktu khusus dalam membeli jamu, dengan kebiasaan anda ?
 - Membeli di pagi hari
 - membeli di malam hari
 - Tidak menyediakan waktu khusus
 - Terencana (sudah menjadi rutinitas untuk menjaga kesehatan)
 - Tergantung situasi (membeli saat sakit / badan tidak enak)
 - Mendadak (berniat membeli pada saat kebetulan melihat jamu)
3. Dalam ukuran waktu anda, dalam ukuran apa anda beli?(*Lingkari satu)
 - Harian (*Pilihan = 1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 hari sekali)
 - Mingguan (*Pilihan = 1 / 2 / 3 / 4 minggu sekali)
 - Bulanan (*Pilihan = 1 / 2 / 3 / 4 / 5 / 6 / 7 / 8 / 9 / 10 / 11 / 12 bulan sekali)
4. Sebutkan berapa banyak jamu yang anda beli setiap 1x (sekali) membeli jamu? Jumlahnya (gelas/sachet/lainnya) =
5. Bagaimana cara Bapak/Ibu memutuskan untuk melakukan pembelian jamu ?
 - Terencana
 - Tergantung situasi
 - Tidak pernah terencana

E. Perilaku Pasca Pembelian

1. Apakah Bapak/Ibu puas dengan jamu yang biasa anda beli ?
 - Puas
 - Biasa Saja
 - Tidak Puas, Alasannya....
2. Tindakan Bapak/Ibu saat jamu pilihan anda ditempat biasa anda beli sedang tidak ada ?
 - Mencari Ketempat lain
 - Sementara tidak minum jamu
 - Beli jamu merek lain
3. Apa yang akan Bapak/Ibu lakukan jika jamu yang biasanya di beli mengalami kenaikan harga ?
 - Akan tetap membeli
 - Membeli jamu jenis yang lebih murah
 - Tidak jadi membeli
4. Apa yang Bapak/Ibu lakukan jika jamu yang diinginkan tidak ada ?
 - Berusaha mencari di tempat lain
 - Mencari jamu pengganti
 - Tidak jadi membeli
5. Apa jamu yang di konsumsi berefek baik bagi kesehatan anda ?
 - Ya
 - Tidak, Alasan...

Lampiran 2

Tabulasi Data

1. Identitas Responden

a. Responden Konsumen Jamu pagi

No Responden	Nama Responden	Umur	Status Pernikahan	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan	Jenis Kelamin
1	Devi	25	1	3	4	1	2
2	Paniyem	45	1	2	2	2	2
3	Nurul	21	2	3	2	2	2
4	Minah	50	3	4	4	1	2
5	Juli	39	4	2	3	3	2
6	Irat	43	1	3	4	1	2
7	Bila	37	1	4	4	1	2
8	Eka	26	1	4	4	1	2
9	Neli	40	3	3	2	4	2
10	Atun	33	1	4	1	2	2
11	Lina	47	3	4	1	4	2
12	Iwan	43	1	3	2	4	1
13	Mawar	36	1	2	4	1	2
14	Edat	51	1	2	2	4	1
15	Linda	49	1	3	2	3	2
16	Srik	32	1	3	4	1	2
17	Zaini	23	2	3	3	1	1
18	Sofa	34	1	2	2	4	2
19	Atik	42	3	3	2	1	2
20	Lisa	44	3	4	4	1	2
21	Inuk	50	3	3	4	1	2
22	Ningsi	25	2	4	2	4	2
23	Iyan	41	1	3	2	4	1
24	Erna	17	2	3	3	1	2
25	Udin	47	1	4	1	4	1
26	Aini	38	1	1	4	1	2
27	Dewi	46	1	4	1	4	2
28	Ida	29	2	4	2	4	2
29	Marya	44	1	1	4	1	2
30	Era	24	2	4	2	3	2

b. Kriteria Responden Konsumen Jamu Malam

No Responden	Nama Responden	Umur	Status Pernikahan	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan	Jenis Kelamin
1	Boy	22	2	3	2	4	1
2	Romi	47	2	3	2	4	1
3	Bambang	28	2	4	2	4	1
4	Masrul	50	1	4	4	4	1
5	Abdul	49	1	1	2	3	1
6	Budi	43	1	4	1	4	1
7	Rian	29	2	1	2	3	1
8	Iwan	30	1	3	2	4	1
9	Erwin	28	2	3	2	4	1
10	Robi	35	1	3	2	4	1
11	Jon	41	1	3	2	4	1
12	Rahman	48	1	4	1	4	1
13	Bobi	35	1	2	2	4	1
14	Riko	48	1	4	1	4	1
15	Agus	47	1	4	1	4	1
16	Ilham	33	1	3	2	4	1
17	Gilang	49	1	3	2	4	1
18	Doyok	46	1	3	2	4	1
19	Abdi	26	1	4	1	2	1
20	Faisal	40	1	1	2	2	1
21	Sofyan	44	1	2	2	3	1
22	Mudiharto	32	1	2	2	3	1
23	Ahmad	41	1	1	2	2	1
24	Joyo	35	1	3	2	4	1
25	Iqbal	22	2	3	3	4	1
26	Zaki	50	4	2	2	3	1
27	Akbar	39	1	1	2	2	1
28	Toni	40	1	3	2	4	1
29	Akbar	21	2	3	3	1	1
30	Tono	52	4	1	2	3	1

Keterangan : I Identitas responden

1. Jenis Kelamin
 - a. Laki-laki : 1
 - b. Perempuan : 2
2. Usia
 - a. Kurang dari < 20 Tahun : 1
 - b. 21-30 Tahun : 2
 - c. 31- 40 Tahun : 3
 - d. > 40 Tahun : 4
3. Status Pernikahan
 - a. Menikah : 1
 - b. Belum Menikah : 2
 - c. Janda : 3
 - d. Duda : 4
4. Pendidikan
 - a. SD : 1
 - b. SMP : 2
 - c. SMA : 3
 - d. Perguruan Tinggi : 4
5. Pekerjaan
 - a. PNS/Pegawai Swasta : 1
 - b. Wiraswasta : 2
 - c. Pelajar/Mahasiswa : 3
 - d. Lainnya : 4
6. Pendapatan
 - a. < Rp. 1.000.000 : 1
 - b. Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000 : 2
 - c. 1.600.000 – Rp. 2.000.000 : 3
 - d. > Rp. 2.000.000 : 4

2. Preferensi Konsumen

A. Preferensi Konsumen Jamu Pagi

No Responden	Jenis	Rasa	Harga	Khasiat
1	2	2	1	1
2	1	1	2	1
3	2	1	1	1
4	2	1	1	1
5	1	2	2	2
6	2	2	1	3
7	2	1	1	1
S	2	1	1	1
9	2	1	1	3
10	2	1	1	1
11	2	2	1	1
12	1	1	2	1
13	1	2	2	1
14	1	2	2	3
15	2	2	1	3
16	1	1	2	3
17	1	2	1	1
18	2	1	1	1
19	1	2	2	1
20	2	1	1	1
21	2	1	1	2
22	2	1	1	1
23	1	2	3	2
24	2	1	1	1
25	1	2	1	3
26	1	1	2	2
27	1	1	2	1
28	2	1	1	1
29	2	1	1	1
30	2	1	1	1

B. Preferensi Kosumen Jamu Malam

No Responden	Jenis	Rasa	Harga	Khasiat
1	2	2	1	1
2	1	2	2	3
3	1	2	2	3
4	1	2	2	1
5	1	2	2	2
6	1	2	2	2
7	2	2	1	3
8	1	2	2	3
9	2	2	1	3
10	1	2	3	1
11	1	2	2	1
12	1	2	2	1
13	1	2	2	1
14	1	2	2	1
15	1	2	2	1
16	1	2	2	2
17	1	2	3	2
18	1	2	2	1
19	1	1	2	1
20	1	2	2	1
21	1	2	2	3
22	1	2	2	1
23	1	2	2	2
24	1	2	2	1
25	1	2	2	1
26	1	2	2	3
27	1	2	2	1
28	1	2	2	2
29	2	1	1	1
30	1	2	2	2

Keterangan : II Preferensi Konsumen

II. Preferensi Konsumen

1. Jenis
 - a. Jamu modern : 1
 - b. Jamu tradisional : 2
2. Rasa
 - a. Tidak pahit : 1
 - b. Pahit : 2
3. Harga
 - a. Murah : 1
 - b. Sedang : 2
 - c. Mahal : 3
4. Khasiat
 - a. Pencegahan : 1
 - b. Pengobatan : 2
 - c. Pemulihan Kesehatan : 3



3. Perilaku Konsumen

Proses Pengambilan Keputusan

A. Pengenalan Kebutuhan - Konsumen Jamu Pagi

No Responden	Perasaan	Motivasi	Alasan memilih
1	1	2	2
2	1	2	2
3	2	2	2
4	1	3	2
5	1	3	2
6	1	1	2
7	1	2	2
8	2	3	2
9	1	2	2
10	1	2	2
11	1	2	2
12	1	2	2
13	1	2	2
14	1	2	2
15	1	2	2
16	1	2	2
17	2	2	2
18	2	2	2
19	1	2	2
20	1	2	2
21	1	2	2
22	1	2	2
23	1	2	2
24	1	3	2
25	1	2	2
26	1	1	2
27	1	2	2
28	1	2	2
29	1	2	2
30	1	2	2

Pengenalan Kebutuhan - Konsumen Jamu Malam

No Responden	Perasaan	Motivasi	Alasan memilih
1	1	2	1
2	2	3	1
3	1	1	1
4	2	2	1
5	2	2	1
6	2	2	1
7	2	3	1
8	2	2	1
9	2	2	1
10	2	2	1
11	1	2	1
12	2	2	1
13	2	1	1
14	2	2	1
15	2	2	1
16	2	2	1
17	2	1	1
18	2	2	1
19	2	3	1
20	2	2	1
21	2	2	1
22	2	2	1
23	2	2	1
24	2	3	1
25	2	2	1
26	2	3	1
27	2	2	1
28	2	2	1
29	2	1	1
30	2	3	1

B. Pencarian Informasi - Konsumen Jamu Pagi

No Responden	Sumber Informasi	Pihak yang mempengaruhi	Promosi
1	3	3	1
2	3	1	1
3	3	1	1
4	3	1	1
5	3	1	1
6	3	1	1
7	1	1	1
8	1	1	1
9	1	1	1
10	3	1	1
11	3	1	1
12	1	1	1
13	1	1	1
14	3	1	1
15	1	1	1
16	3	3	1
17	3	1	1
18	1	1	1
19	3	1	1
20	1	1	1
21	1	1	1
22	1	1	1
23	1	1	1
24	3	3	1
25	1	1	1
26	1	1	1
27	3	1	1
28	3	2	1
29	1	1	1
30	3	2	1

Pencarian Informasi - Konsumen Jamu Malam

No Responden	Sumber Informasi	Pihak yang mempengaruhi	Promosi
1	1	2	1
2	3	1	1
3	3	3	2
4	1	2	1
5	1	2	1
6	1	2	1
7	1	2	1
8	3	3	1
9	2	1	2
10	3	3	1
11	1	1	1
12	3	1	1
13	1	1	1
14	1	2	1
15	3	1	1
16	3	1	1
17	1	2	1
18	1	1	1
19	3	1	1
20	3	1	1
21	3	1	1
22	1	2	1
23	3	1	1
24	1	2	1
25	3	1	1
26	1	2	1
27	3	1	1
28	1	2	1
29	3	1	1
30	1	2	1

C. Evaluasi Alternati - Konsumen Jamu pagi

No Responden	Pertimbangan	Khasiat	Alasan	Kegunaan
1	4	2	3	2
2	1	2	3	1
3	1	1	2	1
4	2	2	3	2
5	4	2	3	2
6	4	2	3	2
7	4	2	3	2
8	4	2	3	2
9	4	2	3	2
10	4	2	3	2
11	4	2	3	2
12	4	2	3	2
13	4	2	3	2
14	2	2	3	2
15	4	2	3	2
16	1	2	3	2
17	2	2	3	2
18	4	2	3	2
19	4	2	3	2
20	1	2	3	2
21	4	2	3	2
22	4	2	3	2
23	4	2	3	2
24	3	1	2	3
25	4	2	3	2
26	1	2	3	2
27	4	2	3	2
28	4	2	3	2
29	4	2	3	2
30	1	2	3	2

Evaluasi Alternatif - Konsumen Jamu Malam

No Responden	Pertimbangan	Khasiat	Alasan	Kegunaan
1	4	2	3	2
2	4	2	3	2
3	1	2	3	2
4	4	1	3	1
5	4	2	3	1
6	4	2	2	1
7	1	2	3	2
8	4	2	2	1
9	1	2	3	2
10	2	2	3	2
11	4	2	3	2
12	4	2	3	2
13	4	2	3	2
14	4	2	3	2
15	4	2	3	2
16	4	2	3	2
17	4	2	3	2
18	4	2	3	2
19	4	2	2	1
20	3	2	3	1
21	4	2	3	2
22	4	2	3	2
23	2	2	2	1
24	4	2	3	2
25	2	2	2	1
26	4	2	3	2
27	3	2	3	1
28	4	2	3	2
29	1	2	2	1
30	4	2	3	2

D. Keputusan Pembelian – Komsumen Jamu Pagi

No Responden	Tempat pembelian	waktu pembelian	Ukuran waktu	Rencana pembelian
1	1	1	1	1
2	1	1	1	1
3	1	6	2	3
4	1	1	1	1
5	1	1	1	1
6	1	1	1	1
7	1	1	1	1
8	1	1	2	3
9	1	1	1	1
10	1	1	1	1
11	1	1	1	1
12	1	1	1	1
13	3	1	1	1
14	1	1	1	3
15	1	1	1	1
16	1	4	1	1
17	1	1	2	3
18	1	1	1	2
19	1	1	1	1
20	1	1	1	1
21	1	1	1	1
22	1	1	1	1
23	1	1	1	1
24	1	1	2	3
25	1	4	1	1
26	1	1	1	1
27	1	1	1	1
28	1	1	1	1
29	1	1	1	1
30	1	1	1	1

Keputusan Pembelian - Konsumen Jamu Malam

No Responden	Tempat pembelian	waktu pembelian	Ukuran waktu	Rencana pembelian
1	2	2	1	1
2	2	5	2	2
3	3	5	3	2
4	2	2	2	2
5	2	2	2	2
6	2	5	2	2
7	2	2	2	2
8	2	6	2	3
9	2	2	2	1
10	2	2	2	2
11	2	2	2	2
12	2	5	2	2
13	2	6	2	2
14	2	2	2	1
15	2	2	2	2
16	3	2	1	1
17	2	2	2	2
18	2	4	2	1
19	2	5	2	2
20	3	2	1	1
21	2	2	2	2
22	2	2	2	2
23	2	6	2	2
24	2	2	2	2
25	3	2	1	1
26	2	4	2	1
27	2	2	2	2
28	2	2	2	2
29	3	5	3	2
30	2	2	2	2

E. Perilaku Pasca Pembelian - Konsumen Jamu Pagi

No Responden	Kepuasan responden	Tindakan Responden	Tindakan bila harga naik
1	1	2	1
2	1	1	1
3	1	1	1
4	1	2	1
5	1	3	2
6	1	2	1
7	1	2	1
8	1	3	1
9	1	3	1
10	1	3	1
11	1	2	1
12	1	2	1
13	1	2	1
14	1	3	1
15	1	2	1
16	1	3	1
17	1	3	1
18	1	2	2
19	1	3	1
20	1	2	1
21	1	3	1
22	1	2	1
23	1	3	1
24	1	2	2
25	1	3	1
26	1	2	1
27	1	3	2
28	1	3	1
29	1	2	1
30	1	3	1

Perilaku Pasca Pembelian – Konsumen Jamu Malam

No Responden	Kepuasan responden	Tindakan Responden	Tindakan bila harga naik
1	1	3	1
2	1	3	1
3	1	3	2
4	1	3	1
5	1	3	1
6	1	3	1
7	1	3	1
8	1	1	1
9	1	1	1
10	1	3	1
11	1	1	1
12	1	3	1
13	1	2	1
14	1	1	1
15	1	3	1
16	2	3	1
17	1	1	1
18	1	3	1
19	1	3	1
20	1	1	1
21	2	3	1
22	1	2	1
23	1	3	1
24	1	1	1
25	1	2	1
26	1	3	1
27	1	1	1
28	1	2	1
29	2	3	1
30	1	2	1

Keterangan : III Perilaku Konsumen

III. Perilaku Konsumen

A. Pengenalan Kebutuhan

1. Perasaan
 - a. Merasa ada yang kurang : 1
 - b. Biasa aja : 2
2. Motivasi
 - a. Pengobatan Penyakit : 1
 - b. Memelihara kesehatan : 2
 - c. Takut efek samping dari obat farmasi : 3
3. Alasan memilih
 - a. Rasanya pahit : 1
 - b. Harganya lebih : 2

B. Pencarian Informasi

1. Sumber informasi
 - a. Teman : 1
 - b. Televisi : 2
 - c. Keluarga : 3
2. Pihak yang mempengaruhi
 - a. Inisitif sendiri : 1
 - b. Teman : 2
 - c. Keluarga : 3
3. Promosi
 - a. Potongan Harga : 1
 - b. Hadia dalam kemasan : 2

C. Evaluasi Alternatif

1. Pertimbangan
 - a. Rasa : 1
 - b. Jenis : 2
 - c. Harga : 3
 - d. Khasiat : 4
2. Khasiat
 - a. Khasiat cepat dalam mengobati penyakit : 1
 - b. Khasiatnya mampu mengobati penyakit bila minum berulang : 2
3. Alasan
 - a. Rasanya yang enak : 1
 - b. Praktis : 2
 - c. Kasiat terbukti ampuh : 3
4. Kegunaan
 - a. Memelihara kesehatan : 1
 - b. Pencegahan : 2
 - c. Pengobatan : 3

- d. Pemulihan kesehatan : 4
- D. Keputusan Pembelian
 - 1. Tempat Pembelian
 - a. Jamu keliling dan langsung diminun : 1
 - b. Tempat jamu yang menonggok (jamu malam) : 2
 - c. membeli jamu lalu diminum dirumah : 3
 - 2. Waktu pembelian
 - a. Jamu pagi : 1
 - b. Jamu Malam : 2
 - c. Tidak Menyediakan waktu khusus : 3
 - d. Terencana : 4
 - e. Tergantung Situasi : 5
 - f. Mendadak : 6
 - 3. Ukuran Waktu
 - a. Harian : 1
 - b. Mingguan : 2
 - c. Bulanan : 3
 - 4. Rencana Pembelian
 - a. Rencana : 1
 - b. Tergantung situasi : 2
 - c. Tidak pernah terencana : 3
- E. Perilaku Pasca pembelian
 - 1. Kepuasan responden
 - a. Puas : 1
 - b. Biasa Saja : 2
 - c. Tidak puas : 3
 - 2. Tindakan responden
 - a. Mencari tempat lain : 1
 - b. Sementara tidak minum jamu : 2
 - c. Beli jamu merek lain : 3
 - 3. Tindakan bila harga naik
 - a. Akan tetap membeli : 1
 - b. Membeli jamu jenis yang lebih murah : 2
 - c. Tidak jadi membeli : 3

LAMPIRAN 3

Hasil Olahan Data

1. Preferensi Konsumen Jamu pagi

Statistics

		Jenis	Rasa	Harga	Khasiat
N	Valid	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0

Jenis

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Modern	12	40.0	40.0	40.0
	Tradisional	18	60.0	60.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Rasa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pahit	19	63.3	63.3	63.3
	Pahit	11	36.7	36.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Harga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Murah	20	66.7	66.7	66.7
	Sedang	9	30.0	30.0	96.7
	Mahal	1	3.3	3.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Khasiat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pencegahan	20	66.7	66.7	66.7
	Pengobatan	4	13.3	13.3	80.0
	Pemulihan Kesehatan	6	20.0	20.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

2. Preferensi Konsumen Jamu Malam

Statistics

		Jenis	Rasa	Harga	Khasiat
N	Valid	30	30	30	30
	Missing	0	0	0	0

Jenis

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Modern	26	86.7	86.7	86.7
	Tradisional	4	13.3	13.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Rasa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pahit	2	6.7	6.7	6.7
	Pahit	28	93.3	93.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Harga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Murah	4	13.3	13.3	13.3
	Sedang	24	80.0	80.0	93.3
	Mahal	2	6.7	6.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Khasiat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pencegahan	16	53.3	53.3	53.3
	Pengobatan	7	23.3	23.3	76.7
	Pemulihan Kesehatan	7	23.3	23.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

3. Proses pengambilan keputusan

A. Pengenalan Kebutuhan – Konsumen Jamu Pagi

Statistics

		Perasaan	Motivasi	Alasan
N	Valid	30	30	30
	Missing	0	0	0

Perasaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Merasa Ada yang Kurang	26	86.7	86.7	86.7
	Biasa Saja	4	13.3	13.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Motivasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pengobatan Penyakit	2	6.7	6.7	6.7
	Memelihara Kesehatan	24	80.0	80.0	86.7
	Takut efek samping obat farmasi	4	13.3	13.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Pengenalan Kebutuhan – Konsumen Jamu Malam

Statistics

		Perasaan	Motivasi	Alasan
N	Valid	30	30	30
	Missing	0	0	0

Perasaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Merasa ada yang kurang	3	10.0	10.0	10.0
Valid Biasa saja	27	90.0	90.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Motivasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pengobatan penyakit	4	13.3	13.3	13.3
Valid Memelihara kesehatan	20	66.7	66.7	80.0
Valid Takut efek samping obat farmasi	6	20.0	20.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Alasan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Rasanya pahit	30	100.0	100.0	100.0

B. Pencarian Informasi – Konsumen Jamu Pagi**Statistics**

	Sumber	Pihak	Promosi
N Valid	30	30	30
Missing	0	0	0

Sumber informasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Teman	14	46.7	46.7	46.7
Valid Keluarga	16	53.3	53.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Promosi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Potongan harga	30	100.0	100.0	100.0

Pencarian Informasi – Konsumen Jamu Malam**Statistics**

	Sumber	Pihak	Promosi
N Valid	30	30	30
Missing	0	0	0

Sumber informasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Teman	15	50.0	50.0	50.0
Televisi	1	3.3	3.3	53.3
Keluarga	14	46.7	46.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Promosi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Potongan harga	28	93.3	93.3	93.3
Hadiah dalam Kemasan	2	6.7	6.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

C. Evaluasi Alternatif – Konsumen Jamu Pagi**Statistics**

	Pertimbangan	Khasiat	Alasan	Kegunaan
N Valid	30	30	30	30
Missing	0	0	0	0

Kegunaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Memelihara kesehatan	2	6.7	6.7	6.7
Pencegahan	27	90.0	90.0	96.7
Pengobatan	1	3.3	3.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Evaluasi Alternatif – Konsumen Jamu Malam**Statistics**

	Pertimbangan	Khasiat	Alasan	Kegunaan
N Valid	30	30	30	30
Missing	0	0	0	0

Kegunaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Memelihara kesehatan	10	33.3	33.3	33.3
Pencegahan	20	66.7	66.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

D. Keputusan Pembelian - Komsumen Jamu Pagi**Statistics**

	Tempat	Waktu	Ukuran	Rencana
N Valid	30	30	30	30
Missing	0	0	0	0

Frequency Table

Rencana Pembelian

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Terencana	24	80.0	80.0	80.0
Tergantung situasi	1	3.3	3.3	83.3
Tidak pernah terencana	5	16.7	16.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Tempat Pembelian

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Jamu keliling dan langsung diminum	29	96.7	96.7	96.7
membeli jamu lalu diminum dirumah	1	3.3	3.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Ukuran Waktu

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Harian	26	86.7	86.7	86.7
Mingguan	4	13.3	13.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Keputusan Pembelian - Komsumen Jamu Malam**Statistics**

	Tempat	Waktu	Ukuran	Rencana
N Valid	30	30	30	30
Missing	0	0	0	0

Tempat pembelian

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tempat jamu yang menonggok (Jamu malam)	25	83.3	83.3	83.3
membeli jamu lalu diminum dirumah	5	16.7	16.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Rencana pembelian

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Terencana	8	26.7	26.7	26.7
Tergantung situasi	21	70.0	70.0	96.7
Tidak pernah terencana	1	3.3	3.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Ukuran waktu

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Harian	4	13.3	13.3	13.3
Mingguan	24	80.0	80.0	93.3
Bulanan	2	6.7	6.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

E. Prilaku Pasca Pembelian – Konsumen Jamu Pagi**Statistics**

		Kepuasan	Tindakan	Harga
N	Valid	30	30	30
	Missing	0	0	0

Kepuasan responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Puas	30	100.0	100.0	100.0

Tindakan responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Mencari tempat lain	2	6.7	6.7	6.7
Sementara tidak minum jamu	14	46.7	46.7	53.3
Beli jamu merek lain	14	46.7	46.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Tindakan bila harga naik

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Akan tetap membeli	26	86.7	86.7	86.7
Membeli jamu jenis yang lebih murah	4	13.3	13.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Prilaku Pasca Pembelian – Konsumen pedagang jamu Malam**Statistics**

		Kepuasan	Tindakan	Harga
N	Valid	30	30	30
	Missing	0	0	0

Tindakan responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Mencari ketempat lain	8	26.7	26.7	26.7
Sementara tidak minum jamu	5	16.7	16.7	43.3
Beli jamu merek lain	17	56.7	56.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Tindakan bila harga naik

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Akan tetap membeli	29	96.7	96.7	96.7
Membeli jamu jenis yang lebih murah	1	3.3	3.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Atribut Konsumen Jamu Pagi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Rasa	6	20.0	20.0	20.0
Jenis	3	10.0	10.0	30.0
Valid Harga	1	3.3	3.3	33.3
Khasiat	20	66.7	66.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Atribut Konsumen Jamu Malam

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Rasa	4	13.3	13.3	13.3
Jenis	3	10.0	10.0	23.3
Valid Harga	2	6.7	6.7	30.0
Khasiat	21	70.0	70.0	100.0
Total	30	100.0	100.0	

LAMPIRAN 4



Gambar 1 : Pedagang Jamu Pagi



Gambar 2 : Pedagang Jamu Malam



Gambar 3 : Wawancara dengan Konsumen Jamu Malam



Gambar 4 : Wawancara dengan Konsumen Jamu Pagi



Gambar 5 : Jenis Jamu Modren/Sahcet yang sering di Konsumsi Konsumen Jamu Pagi



Gambar 6 : Jenis Jamu modren/Sahcet yang sering di konsumsi Konsumen Jamu Malam



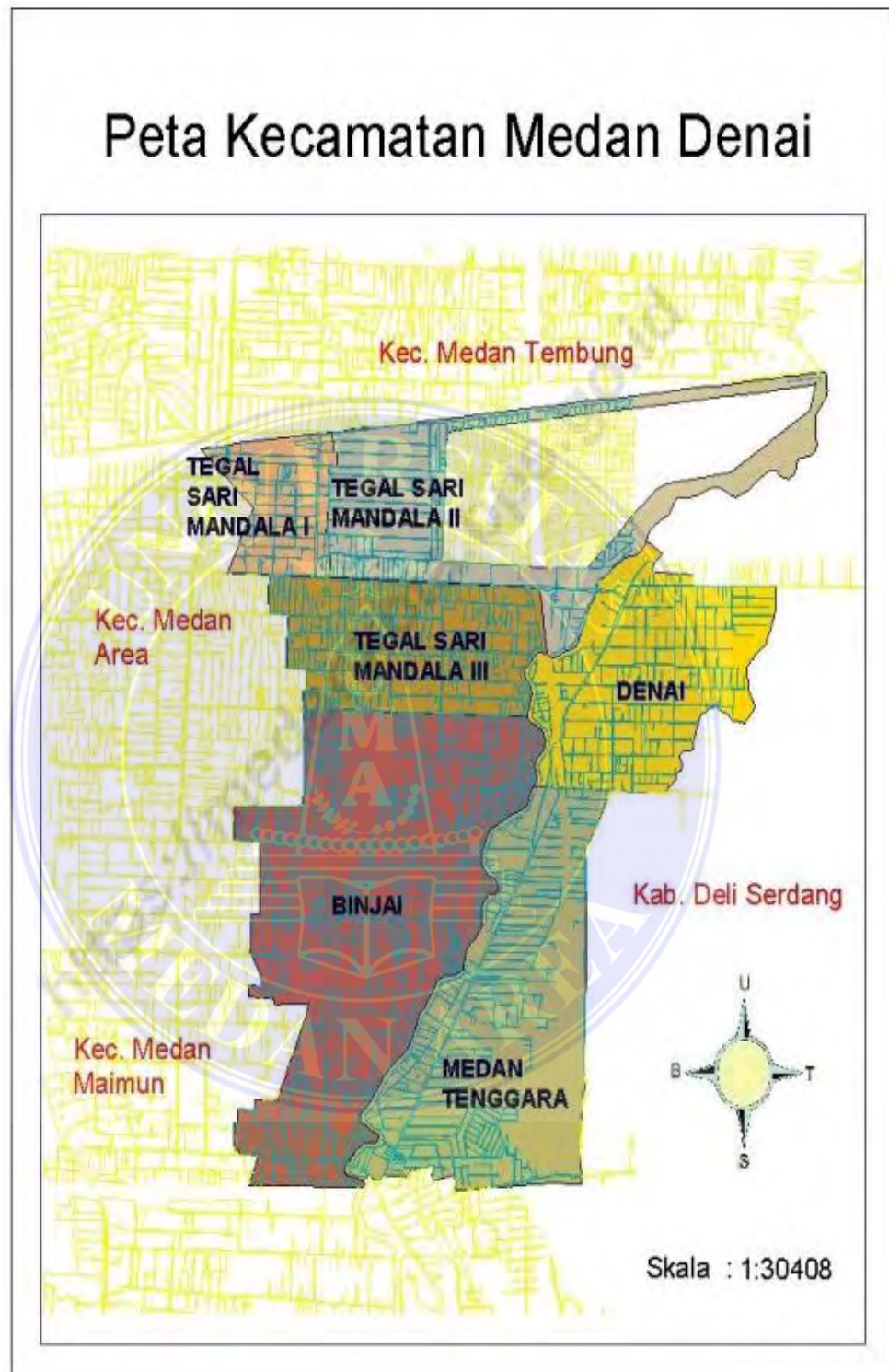
Gambar 7 : Jenis Jamu kebugaran/obat kuat berupa formula serbuk



Gambar 8 : Jenis jamu kebugaran/obat kuat berupa formula kapsul



LAMPIRAN 5



Sumber : BPS Kecamatan Medan Denai



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PERTANIAN

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan estate, Medan 20371 Telp. 061-7366878, Fax. 061- 7368012
Kampus II : Jl. Setia Budi No. 79 B / Jl. Sei Serayu No. 70 A Medan 20132 Telp. 061-8225602
Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website : www.uma.ac.id

Nomor : 077/FP.0/01.10/VII/2020

22 Juli 2020

Lamp. :

H a l : Pengambilan Data/Riset

Yth. Ka. Badan Penelitian Dan Pengembangan (BALITBANG)
Kota Medan

Dengan hormat,


Dalam rangka penyelesaian studi dan penyusunan skripsi di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area, maka bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/ibu untuk dapat memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami atas nama :

N a m a : Asih Nurpani
NPM : 168220048
Program Studi : Agribisnis

Untuk melaksanakan Penelitian dan atau Pengambilan Data di Kecamatan Medan Denai Kota Medan untuk kepentingan skripsi berjudul **“Preferensi Konsumen Pedagang Jamu Pagi Dan Pedagang Jamu Malam (Studi Kasus Kecamatan Medan Denai)”**

Penelitian dan atau Pengambilan Data Riset ini dilaksanakan semata-mata untuk kepentingan dan kebutuhan akademik.

Atas perhatian dan bantuan Bapak/ibu diucapkan terima kasih.

Dekan,

Dr. Ir. Syahbudin, M.Si

Tembusan:

1. Ka.Prodi Agribisnis
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip



PEMERINTAH KOTA MEDAN

BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN

Jalan Kapten Maulana Lubis Nomor 2 Medan Kode Pos 20112

Telepon. (061) 4555693 Faks. (061) 4555693

E-mail : balitbangmedan@yahoo.co.id. Website : balitbang.pemkomedan.go.id

SURAT REKOMENDASI PENELITIAN

NOMOR : 070/802 /Balitbang/2020

Berdasarkan Surat Keputusan Walikota Medan Nomor : 57 Tahun 2001, Tanggal 13 November 2001 dan Peraturan Walikota Medan Nomor : 55 Tahun 2010, tanggal 24 November 2010 tentang Tugas Pokok dan Fungsi Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan dan setelah membaca / memperhatikan surat dari: Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area. Nomor: 0717/FP.0/01.10/VII/2020 Tanggal : 22 Juli 2020 Hal: Pengambilan Data/Riset.

Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan dengan ini memberikan Surat Rekomendasi Penelitian Kepada :

Nama : Asih Nurpani.
 NPM : 168220048.
 Prodi : Agribisnis.
 Lokasi : Kecamatan Medan Denai Kota Medan.
 Judul : "Preferensi Konsumen Pedagang Jamu Pagi Dan Pedagang Jamu Malam (Studi Kasus Kecamatan Medan Denai)".
 Lamanya : 1 (Satu) Bulan.
 Penanggung Jawab : Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sebelum melakukan Penelitian terlebih dahulu harus melapor kepada pimpinan Organisasi Perangkat Daerah lokasi Yang ditetapkan.
2. Mematuhi peraturan dan ketentuan yang berlaku di lokasi Penelitian.
3. Tidak dibenarkan melakukan Penelitian atau aktivitas lain di luar lokasi yang telah direkomendasikan.
4. Hasil penelitian diserahkan kepada Kepala Balitbang Kota Medan selambat lambatnya 2 (dua) bulan setelah penelitian dalam bentuk soft copy.
5. Surat rekomendasi penelitian dinyatakan batal apabila pemegang surat rekomendasi tidak mengindahkan ketentuan atau peraturan yang berlaku pada Pemerintah Kota Medan.
6. Surat rekomendasi penelitian ini berlaku sejak tanggal dikeluarkan.

Demikian Surat ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Medan.
 Pada tanggal : 23 Juli 2020



M. SETI LAHRANI HASIBUAN
 PEMBINA TK. I
 NIP. 19661208 198603 2 002

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang (sebagai Laporan).

Document Accepted 22/12/21

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperjualbelikan seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
4. Yang Beres Tanggung Jawab
5. Pertinggal

Access From (repository.uma.ac.id)22/12/21



PEMERINTAH KOTA MEDAN
KECAMATAN MEDAN DENAI
Pancasila No. 96 Telp. (061)-7322190
MEDAN

Nomor : 070 / 428
Lamp :
Perihal : **Izin Penelitian**

Medan, 26 Agustus 2020
Kepada Yth :
Bapak Camat Medan Denai
di
Medan

1. Sehubungan dengan Surat Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Kota Medan 070 /802/Balitbang/2020 tanggal 23 Juli 2020 perihal seperti pokok surat di atas, maka dengan ini disampaikan bahwa :

Nama : **Asih Nurpani**
Npm : 168220048
Lokasi : Kantor Camat Medan Denai Kota Medan
Judul Penelitian : Preferensi Konsumen Pedagang Jamu Pagi dan Pedagang Jamu Malam
Penanggung jawab : Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area

2. Berkaitan dengan hal di atas, dengan ini di samapaikan bahwa nama tersebut di atas telah selesai mengadakan penelitian di Kantor Camat Medan Denai dengan baik.
3. Demikian disampaikan untuk urusan selanjutnya.

An. CAMAT MEDAN DENAI

YOGA BUDI PRATAMA IRAWAN. SSTP, MSi
PENATA TK. I
NIP. 198504 19200412 1 001