

**ARTIKEL RISET**URL Artikel : <http://ejournal.helvetia.ac.id/index.php/jpp>**STUDY COMPARATIVE PERSFEKTIF PERILAKU MENGKONSUMSI JAMU PAGI DAN MALAM HARI*****Perfective Comparative Study Of Consuming Jamu Behavior Morning And Night*****Rahma Sari Siregar<sup>(k)</sup>, Khairul Saleh, Rika Fitri Ilvira, Asih Nurpani**

Prodi S1 Agribisnis Universitas Medan Area, Indonesia

Email Penulis Korespondensi (<sup>K</sup>) : rahmasarisiregar@gmail.com**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. Keampuhan 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.

## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara besar yang terkenal karena keanekaragamannya, salah satunya adalah keanekaragaman hayati (megabiodiversity) khususnya tumbuhan. Selain itu Indonesia juga memiliki keanekaragaman etnis yang memiliki berbagai macam pengetahuan tentang obat tradisional yang menggunakan bahan-bahan dari tumbuhan. Banyak dari jenis tumbuhan itu telah ribuan tahun digunakan oleh nenek moyang bangsa Indonesia dan dokter sebagai bahan obat atau jamu tradisional untuk berbagai macam penyakit dan memberikan hasil yang baik bagi pemeliharaan kesehatan serta pengobatan (1).

Sudah banyak usaha yang dilakukan pemerintah dalam usaha perluasan dan pemerataan pelayanan kesehatan ini, Disamping itu, terdapat juga obat tradisional yang dikenal dengan sebutan jamu (2). 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 (3).

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 (4).

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 (5).

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 (6). Sentra Produksi Tanaman Obat/Biofarmaka di Indonesia untuk provinsi Sumatra 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 (7).

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. 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 (8). Pedagang jamu yang dimana 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.

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 (9). 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 (10).

Perilaku konsumen akan sangat terkait dengan atribut produk. Atribut produk adalah karakteristik dari suatu produk yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli suatu produk. 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 (11). 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 (12). 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 (13).

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) (14). 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 (15).

## METODE

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 akan dilakukan pada bulan Mei 2020.

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

Metode Analisis Datayag akan 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 (16).

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. Pengolahan data dilakukan untuk menyederhanakan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan yang di ukur melalui hasil kuesioner yang disebarakan, digunakan Skala Likert. Skala Likert merupakan metode skala bipolar yang mengukur baik tanggapan positif atau negatif

terhadap suatu pernyataan. Untuk mengetahui sikap konsumen terhadap suatu produk memberikan informasi dari penilaian atribut yang diinginkan konsumen.

### HASIL

#### Preferensi Konsumen Jamu Pagi dan Konsumen Jamu Malam di Kecamatan Medan Denai

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.

Berdasarkan tabel 1. Atribut Rasa konsumen jamu pagi dengan persentase 63% lebih menyukai rasa tidak pahit. Jamu yang sehat identik dengan jamu pahit. Sedangkan untuk konsumen jamu malam dengan persentase 93% lebih menyukai rasa pahit, dengan alasan konsumen menyukai rasa pahit karena jamu salah satu obat kesehatan yang alami untuk tubuh. Semakin pahit jamu yang dikonsumsi maka semakin alami bahan dasar jamu yang dikonsumsi karena tidak ada bahan tambahan

**Tabel 1.**  
**Atribut Rasa Konsumen Jamu Pagi dan Konsumen Jamu Malam**

Atribut Rasa	Konsumen Jamu			
	Pagi		Malam	
	Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
Tidak Pahit	19	63	2	7
Pahit	11	37	28	93
Jumlah	30	100	30	100

Berdasarkan tabel 5 jenis jamu konsumen jamu pagi dengan persentase tertinggi dengan persentase 60 % memilih jamu tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen jamu pagi mengkonsumsi jamu untuk menjaga kesehatan setiap hari secara rutin. . Atribut jenis jamu konsumen jamu malam menunjukkan bahwa jamu modern lebih banyak peminatnya dengan persentase

(87%). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen jamu malam lebih banyak mengkonsumsi jenis jamu modern (sachet). Pada umumnya konsumen jamu malam dominannya laki-laki dimana laki-laki mengkonsumsi jamu untuk pengobatan dan memelihara kesehatan, berfungsi untuk menambah stamina tubuh agar kembali sehat/kuat.

**Tabel 2.**  
**Atribut Jenis Jamu Konsumen Jamu Pagi dan Konsumen Jamu Malam**

Atribut Jenis Jamu	Konsumen Jamu			
	Pagi		Malam	
	Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
Tradisional	18	60	4	13
Modren	12	40	26	87
Jumlah	30	100	30	100

Dari hasil penelitian dilokasi bahwa harga tidak menjadi faktor utama konsumen mengevaluasi suatu produk karena untuk harga jamu masih tergolong murah dan standar untuk semua kalangan konsumen mulai dari anak muda sampai orang tua.

Berdasarkan tabel 3. untuk harga tertinggi jamu pada konsumen jamu pagi yaitu murah dengan persentase 67%. Berdasarkan hasil penelitian dilokasi bahwa untuk harga jamu pagi lebih murah dibandingkan dengan harga jamu malam. dilihat dari sasaran

konsumen jamu pagi pada umumnya perempuan berstatus sebagai ibu rumah tangga dan konsumen jamu pagi biasanya hanya mengkonsumsi jenis jamu tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang jamu pagi untuk jenis jamu yang dijual tidak lengkap seperti pedagang jamu malam yang menyediakan banyak jenis jamu modern

(sachet). Sedangkan untuk konsumen jamu malam harga tertinggi jamu dengan harga sedang. Dimana untuk kategori harga jamu mulai dari murah (Rp 3.000-8.000/gelas), Sedang (Rp 9.000-14.000/gelas), dan Mahal (Rp. 15.000-20.000/gelas).

**Tabel 3.**  
**Atribut Harga Jamu Konsumen Jamu Pagi dan Konsumen Jamu Malam**

Atribut Harga	Konsumen Jamu			
	Pagi		Malam	
	Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
Murah	20	67	4	13
Sedang	9	30	24	80
Mahal	1	3	2	7
Jumlah	30	100	30	100

Khasiat jamu merupakan faktor penilaian yang mendorong konsumen untuk menentukan jamu. Bila ditinjau dari alasan konsumen jamu dalam mengkonsumsi jamu, bahwa aspek kemampuan khasiat jamu merupakan faktor yang menjadi alasan utama konsumen dalam menentukan pemilihan jamu.

Berdasarkan tabel 4. maka keinginan konsumen jamu pagi memilih jamu berdasarkan khasiat tersebut sesuai

dengan hasil penelitian bahwa 67% dengan jumlah 20 orang memilih jamu untuk pencegahan. Fungsi khasiat jamu sebagai pencegahan bisa untuk pencegahan penyakit, dan pencegahan dari virus untuk menjaga imun tubuh tetap kuat dan sehat. Sedangkan untuk konsumen jamu malam maka keinginan konsumen dalam memilih jamu berdasarkan khasiat tersebut sesuai dengan hasil penelitian bahwa tertinggi 53% dengan jumlah 16 orang memilih jamu untuk pencegahan.

**Tabel 4.**  
**Atribut Khasiat Konsumen Jamu Pagi dan Konsumen Jamu Malam**

Atribut Khasiat	Konsumen Jamu			
	Pagi		Malam	
	Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
Pencegahan	20	67	16	53
Pengobatan	4	13	7	23
Pemulihan Kesehatan	6	20	7	23
Jumlah	30	100	30	100

Berdasarkan tabel 5. Usia responden bervariasi mulai dari < 30 tahun hingga > 45 tahun. Berdasarkan tabel 8. dapat dilihat bahwa rata-rata usia sampel konsumen jamu pagi dan konsumen jamu malam terbesar berada pada kelompok umur 30-45 tahun. (2) Jenis kelamin

sampel konsumen jamu pagi tertinggi berada pada tingkat perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen jamu berjenis kelamin perempuan yang lebih dominan dalam mengkonsumsi jamu pagi. sedangkan konsumen jamu malam adalah laki-laki.

**Tabel 5.**  
**Rata-rata Preferensi Konsumen Jamu Pagi dan Konsumen Jamu Malam**

Konsumen Jamu	Karakteristik					Perilaku Konsumen					
	U	Jk	Sp	Pd	Pkj	Pdt	PK	PI	EA	PP	PPP
Pagi	30-40 Thn	P	M	SM A	W	<1.000. 000	Merasa ada yang kurang  Memelika ra Kesehatan	Keluar ga  Poton gan Harga	Pencega han	Jamu Kelilin g  Harian , dan Terenc ana	Puas   Tetap membeli
Malam	30-40 Thn	L	M	SM A	W	>2.000. 000	Biasa saja  Memelika ra Kesehatan	Tema n  Poton gan Harga	Pencega han	Jamu Menet ap Mingg uan, dan Tergan tung situasi	Puas   Tetap membeli

### PEMBAHASAN

Hal ini menunjukkan bahwa jenis kelamin sampel konsumen jamu malam untuk keseluruhannya berada pada kelompok laki-laki. 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 (17). Status pernikahan sampel konsumen jamu pagi dan konsumen jamu malam di daerah penelitian tertinggi berada pada status menikah. 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 mengkonsumsi jamu yang terbuat dari bahan herbal (18). Pendidikan dianggap penting terkait korelasinya dengan

perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, konsumen menggunakan wawasan dan pengetahuan yang dimilikinya (19).

Pendidikan sampel konsumen jamu pagi dan konsumen jamu malam di daerah penelitian dapat dilihat bahwa besar tingkat pendidikan sampel konsumen jamu pagi tertinggi berada pada tingkat SMA. Pekerjaan sampel konsumen jamu pagi dan konsumen jamu malam dapat dilihat bahwa sampel konsumen jamu pagi tertinggi berada pada pekerjaan wiraswasta. Pendapatan sampel konsumen jamu pagi dan konsumen jamu malam dengan rata-rata pada tingkat pendapatan < 1.000.000. Sedangkan konsumen jamu malam terbanyak pada tingkat pendapatan > 2.000.000.

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 (20).

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.

### KESIMPULAN

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.

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.

### SARAN

Diharapkan bagi konsumen mengetahui tingkat kepentingan taraf atribut suatu produk dan untuk mengetahui proses pengambilan keputusan bagi konsumen jamu pagi dan

konsumen jamu malam.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada konsumen atas izin yang diberikan untuk menjadi responden dalam penelitian ini dan sudah menyempatkan waktu.

### DAFTAR PUSTAKA

1. Kasih BM. Etika Bisnis Dayak Ngaju Penjual Ramuan Tradisional di Pasar Kahayan Palangka Raya Perspektif Ekonomi Syariah. [Skripsi]. IAIN Palangka Raya; 2018.
2. Sarasati B, Jaenudin U. Altruisme Pengobat Alternatif. *J Psikol Integr.* 2021;9(2).
3. Efendy I. Konstruksi Pendidikan Kesehatan Lingkungan dalam Perspektif Islam. *Miqot J Ilmu-Ilmu Keisl.* 2016;40(2).
4. Shofia N. Analisis Representasi Matematis Mahasiswa Teknik Informatika dalam Menyelesaikan Soal Riset Operasi. *Efaktor.* 2019;6(2):136–41.
5. Nata DRHA. Studi Islam Komprehensif. Prenada Media; 2015.
6. Aribowo L. Afasiologi: Perspektif Linguistik. In: *International Seminar Language Maintenance and Shift II.* Semarang: Universitas Diponegoro; 2012.
7. Sutiksno DU, Revida E, Munsarif M, Simarmata HMP, Saputra DH, Purnomo A, et al. *Tourism Marketing.* Surabaya: Yayasan Kita Menulis; 2020.
8. Bernard SF, Sugiato Y. Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Kualitas Hubungan Terhadap Kinerja Rantai Pasokan (Studi Kasus Pada Pt. Industri Jamu Cap Jago Semarang). [Skripsi]. Universitas Gadjah Mada; 2011.
9. Hastuti P, Haro M, Manalu NV, Marisi ELD, Suwanto T, Silalahi LE, et al. *Antropologi Kesehatan dalam Keperawatan.* Jakarta Selatan: Yayasan Kita Menulis; 2021.
10. Ratnawati S, Jurianto J, Ali M. *Jhemo Madura: Kearifan lokal dalam tantangan global.* 2017;
11. Ronny R. Faktor-Faktor yang Menentukan Perilaku Konsumen dalam Mengadopsi Teknologi Informasi. *BIP'S J Bisnis Perspekt.* 2014;6(1):74–

- 82.
12. Rahardi MT. Persaingan Usaha dalam Perspektif Hukum Ekonomi Konvensional dan Ekonomi Syariah. *PERADA*. 2018;1(1):87–8.
  13. Takdir M. Kekuatan Terapi Syukur dalam Membentuk Pribadi yang Altruis: Perspektif Psikologi Qur’ani dan Psikologi Positif. *J Stud Insa*. 2017;5(2):175–98.
  14. Sarrascalao DD. Analisis Perilaku Impulse Buying dalam E-Commerce Perspektif Bisnis Syariah. [Skripsi]. STIE Perbanas Surabaya; 2019.
  15. Maritasari A, Nugroho M. Ketersediaan, Perilaku dan Konsistensi Adopsi E-Commerce Konsumen Sayuran di Kota Semarang. *J Ekon dan Bisnis*. 2021;22(1):12–26.
  16. Engkus E. Administrasi Publik dalam Perspektif Ekologi. *JISPO J Ilmu Sos dan Ilmu Polit*. 2017;7(1):91–101.
  17. Rianti E. Personal Higiene dalam Perspektif Islam. Jakarta: Cinta Buku Media; 2017.
  18. Sanjaya MR, Ilmi B, Marlinae L. Kajian Perilaku Kesehatan Dukun terhadap Ibu dan Bayi Setelah Melahirkan Suku Asli Dayak Meratus Kalimantan Selatan. *J Berk Kesehat*. 2016;2(1):1–8.
  19. Nugraha AD. Memahami Kecemasan: Perspektif Psikologi Islam. *IJIP Indones J Islam Psychol*. 2020;2(1):1–22.
  20. Peristiwa RW, Danang A, Tofan AM. Perubahan Kualitas Hidup dan Nilai CD4+ Pasien HIV/AIDS dengan Pemberian Ramuan Jamu Imunostimulan di Sragen. *J Farm Klin Indones*. 2018;7(4):227–35.