

PERILAKU KONSUMEN JAMU GODHOG MERAPI FARMA HERBAL  
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Skripsi



Disusun Oleh :

Anis Juli Mersitasari

20100220015

JURUSAN AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2018

Skripsi yang berjudul:

**PERILAKU KONSUMEN JAMU GODHOG MERAPI FARMA HERBAL DI DAERAH  
ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

**Anis Juli Mersitasari  
20100220015**

Dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada tanggal 12 Mei 2018

Skripsi tersebut telah diterima sebagai bagian  
persyaratan yang dilakukan guna memperoleh  
derajat Sarjana Pertanian

Yogyakarta, 28 Mei 2018

Pembimbing Utama

Penguji



Francy Risvansuna F., S.P., M.P.  
NIK: 19720629199804 133 046

Dr. Ir. Sriyadi, M.P.  
NIK: 19691028199603 133 023

Pembimbing Pendamping



Dr. Ir. Indardi, M.Si.  
NIK: 19651013199303 133 016

Fakultas Pertanian  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Dekan,



Ir. Indira Prabasari, M.P., Ph.D  
NIP: 19680820 199203 2018

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi dengan judul “Perilaku Konsumen Jamu Godhog di Merapi Farma Herbal” dapat penulis selesaikan. Shalawat dan salam senantiasa tercurah bagi junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing kita umatnya menuju kebaikan.

Penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung antara lain: Francy Risvansuna F, S.P., M.P selaku dosen pembimbing utama dan Dr. Ir. Indardi, M.Si selaku dosen pembimbing kedua. Selain itu penulis juga mengucapkan banyak terimakasih kepada seluruh dosen dan staf tata usaha fakultas pertanian.

Penulis menyadari skripsi ini masih banyak kekurangan, namun penulis berharap semoga skripsi ini berguna bagi peneliti pemula sebagai referensi penulisan metodologi penelitian perilaku konsumen.

Yogyakarta, 28 Mei 2018

Anis Juli Mersitasari

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vi
DAFTAR LAMPIRAN .....	vii
INTISARI.....	viii
I. PENDAHULUAN .....	1
A.Latar Belakang.....	1
B.Tujuan Penelitian .....	3
C.Kegunaan Penelitian .....	4
II. TINJAUAN PUSTAKA .....	5
A.Tanaman Obat.....	5
B.Obat Herbal.....	6
C.Perilaku Konsumen.....	7
D.Hasil Penelitian Sebelumnya .....	10
E.Kerangka Pemikiran.....	12
III. METODOLOGI PENELITIAN .....	15
A.Teknik Pengambilan Responden .....	15
B.Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	15
C.Pembatasan Masalah.....	16
D.Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	16
E.Teknik Analisis Data.....	21

IV. GAMBARAN UMUM MERAPI FARMA HERBAL.....	23
A.Profil Perusahaan.....	23
B.Produk Jamu dan Harga.....	25
C.Tenaga Kerja.....	28
D.Akomodasi dan Fasilitas Lain .....	31
V. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	32
A.Profil Konsumen Jamu Godhog di Merapi Farma Herbal.....	32
B.Perilaku Konsumen.....	37
1.Lokasi Mengonsumsi.....	37
2.Frekuensi Pembelian .....	39
3.Jumlah Konsumsi .....	41
4.Alasan Konsumsi.....	43
C.Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	44
D.Hubungan Faktor-Faktor Berpengaruh Dengan Perilaku Konsumen.....	48
VI. KESIMPULAN DAN SARAN .....	61
DAFTAR PUSTAKA .....	62
LAMPIRAN.....	64

## DAFTAR TABEL

### Halaman

Tabel 1. Skor pada kualitas produk produk dan rasa produk jamu godhog di Merapi Farma Herbal .....	17
Tabel 2. Skor harga jamu godhog di Merapi Farma Herbal .....	18
Tabel 3. Skor pada tempat penjualan jamu godhog di Merapi Farma Herbal .....	19
Tabel 4. Skor pada pelayanan di jamu godhog di Merapi Farma Herbal .....	20
Tabel 5. Produk jamu instan di Merapi Farma Herbal .....	26
Tabel 6. Produk jamu kemasan di Merapi Farma Herbal .....	27
Tabel 7. Profil konsumen di Merapi Farma Herbal .....	34
Tabel 8. Lokasi mengkonsumsi jamu godhog Merapi Farma Herbal .....	37
Tabel 9. Frekuensi pembelian jamu godhog Merapi Farma Herbal .....	39
Tabel 10. Jumlah konsumsi jamu godhog Merapi Farma Herbal .....	41
Tabel 11. Jenis jamu yang dikonsumsi oleh konsumen .....	42
Tabel 12. Alasan mengkonsumsi jamu godhog Merapi Farma Herbal .....	43
Tabel 13. Faktor kualitas produk, rasa produk, dan harga .....	44
Tabel 14. Faktor tempat, promosi, proses pelayanan, dan <i>lifestyle</i> : .....	46
Tabel 15. Hubungan antara faktor- faktor yang berpengaruh dengan perilaku konsumen .....	48
Tabel 16. Kunjungan konsumen ke tempat penjualan jamu lain .....	51
Tabel 17. Sumber informasi mengenai Merapi Farma Herbal .....	58

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1. Kerangka pemikiran .....	14
Gambar 2. Struktur organisasi di Merapi Farma Herbal .....	30

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1. Kuisisioner penelitian.....	65
Lampiran 2. Profil konsumen jamu godhog di Merapi Farma Herbal .....	72
Lampiran 3. Informasi umum mengenai Merapi Farma Herbal .....	74
Lampiran 4. Hasil tabulasi produk dan harga .....	76
Lampiran 5. Hasil tabulasi tempat dan proses pelayanan .....	77
Lampiran 6. Hasil tabulasi promosi, <i>lifestyle</i> dan perilaku konsumen .....	78
Lampiran 7. Hasil analisis rank spearman antara faktor berpengaruh dengan tempat mengkonsumsi .....	79
Lampiran 8. Hasil analisis rank spearman antara faktor berpengaruh dengan frekuensi pembelian.....	80
Lampiran 9. Hasil analisis rank spearman antara faktor berpengaruh dengan jumlah konsumsi.....	81
Lampiran 10. Hasil analisis rank spearman antara faktor berpengaruh dengan alasan konsumsi.....	82
Lampiran 11. Hasil analisis rank spearman antara faktor berpengaruh dengan perilaku konsumen.....	83



## INTISARI

**PERILAKU KONSUMEN JAMU GODHOG MERAPI FARMA HERBAL DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA ( Skripsi dibimbing oleh Francy Risvansuna F, SP. MP dan Dr. Ir. Indardi. M.Si).** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen dan hubungan antara faktor- faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dengan perilaku konsumen di Merapi Farma Herbal. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling*, yaitu konsumen yang secara kebetulan datang ke Merapi Farma Herbal bila dipandang konsumen tersebut cocok sebagai sumber data. Responden penelitian ini berjumlah 30 orang. Data dianalisis menggunakan analisis korelasi *Rank Spearman*. Berdasarkan hasil analisis diketahui 1) perilaku konsumen jamu godhog Merapi Farma Herbal yaitu konsumen sering mengkonsumsi jamu langsung di lokasi dengan rata-rata frekuensi pembelian 4 kali dalam sebulan. Dalam satu bulan terakhir konsumen mengkonsumsi jamu sebanyak 6 gelas, dan sebagian besar konsumen mengkonsumsi jamu godhog untuk menjaga stamina dan daya tahan tubuh 2) kualitas dan rasa produk tidak memiliki hubungan dengan perilaku konsumen sedangkan harga , tempat (sarana dan prasarana), proses pelayanan, promosi dan *lifestyle* memiliki hubungan dengan perilaku konsumen.

**Kata kunci :** Perilaku Konsumen, Jamu Godhog , Hubungan Faktor

## INTISARI

**PERILAKU KONSUMEN JAMU GODHOG MERAPI FARMA HERBAL DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA ( Skripsi dibimbing oleh Francy Risvansuna F, SP. MP dan Dr. Ir. Indardi. M.Si).** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen dan hubungan antara faktor- faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dengan perilaku konsumen di Merapi Farma Herbal. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini adalah *Accidental Sampling*, yaitu konsumen yang secara kebetulan datang ke Merapi Farma Herbal bila dipandang konsumen tersebut cocok sebagai sumber data. Responden penelitian ini berjumlah 30 orang. Data dianalisis menggunakan analisis korelasi *Rank Spearman*. Berdasarkan hasil analisis diketahui 1) perilaku konsumen jamu godhog Merapi Farma Herbal yaitu konsumen sering mengkonsumsi jamu langsung di lokasi dengan rata-rata frekuensi pembelian 4 kali dalam sebulan. Dalam satu bulan terakhir konsumen mengkonsumsi jamu sebanyak 6 gelas, dan sebagian besar konsumen mengkonsumsi jamu godhog untuk menjaga stamina dan daya tahan tubuh 2) kualitas dan rasa produk tidak memiliki hubungan dengan perilaku konsumen sedangkan harga , tempat (sarana dan prasarana), proses pelayanan, promosi dan *lifestyle* memiliki hubungan dengan perilaku konsumen.

**Kata kunci :** Perilaku Konsumen, Jamu Godhog , Hubungan Faktor