

V. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Konsumen Jamu Godhog di Merapi Farma Herbal

Berdasarkan data primer yang diperoleh dari 30 konsumen jamu godhog di Merapi Farma Herbal dapat diidentifikasi profil konsumen yang meliputi umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, jumlah anggota keluarga, tingkat pendidikan dan daerah asalnya. Profil konsumen jamu herbal disajikan pada tabel 7.

Umur. Dari tabel 7 dapat diketahui bahwa konsumen jamu godhog Merapi Farma Herbal berusia dari 20 sampai 63 tahun. Paling banyak konsumen berusia 35 – 49 tahun yaitu sebanyak 13 orang dari 30 konsumen. Dari 13 konsumen tersebut paling banyak berjenis kelamin laki-laki. Konsumen lebih sering mengkonsumsi jamu langsung di Merapi Farma Herbal hal tersebut dikarenakan jamu lebih segar dan enak apabila langsung diminum di tempat daripada jika di bawa pulang kerumah. Dalam sebulan terakhir konsumen tersebut mengkonsumsi jamu kurang dari 3 kali. Alasan mereka mengkonsumsi jamu godhog adalah untuk mencegah penyakit. Konsumen merasa di umur mereka sekarang sangat mudah terkena berbagai macam penyakit, untuk mencegah penyakit tersebut maka dari itu konsumen mengkonsumsi jamu dari Merapi Farma Herbal. Untuk konsumen yang masih berusia produktif yaitu usia dibawah 59 tahun mereka banyak mengkonsumsi jamu pegal linu , sedangkan untuk konsumen yang berusia diatas 59 tahun mereka mengkonsumsi jamu pegal linu dan

jamu kolestrol. Alasan konsumen mengkonsumsi jamu adalah untuk mengobati pegal linu yang sering meereka alami.

Jenis Kelamin. Apabila dilihat dari table 7 dapat diketahui bahwa sebagian besar konsumen di Merapi Farma Herbal berjenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 76,7%. Konsumen tersebut sering mengkonsumsi jamu langsung di Merapi Farma Herbal dibandingkan mengkonsumsi di rumah hal tersebut di karenakan laki-laki lebih merasa praktis apabila mengkonsumsi disana, tidak perlu repot memasak sendiri jamu godhog tersebut di rumah. Dalam sebulan terakhir mereka mengkonsumsi jamu kurang dari 3 kali, hal tersebut karena memang laki-laki cenderung kurang telaten untuk bisa rutin dan sering mengkonsumsi jamu godhog di Merapi Farma Herbal. Alasan konsumen mengkonsumsi jamu godhog di Merapi Farma Herbal adalah untuk mencegah penyakit. Mereka beranggapan bahwa sebelum terjangkit penyakit berbahaya lebih baik dilakukan pencegahan lebih dini.

Tabel 7. Profil konsumen di Merapi Farma Herbal

Profil	Uraian	Jumlah	Presentase
Umur (tahun)	2 0-34	6	20
	35-49	13	43.3
	50-63	11	36.7
Jenis kelamin	Perempuan	7	23.3
	Laki-laki	23	76.7
	SD	3	10
Tingkat pendidikan	SMP	5	16.7
	SMA	8	26.7
	D3	1	3.3
	S1	13	43.3
Pekerjaan	Buruh	2	6.7
	Petani	8	26.7
	Mahasiswa	1	3.3
	Wirausaha	6	20
	Pegawai	7	23.3
	PNS	5	16.7
	TNI-AU	1	3.3
Jumlah anggota keluarga	2 - 3 orang	9	30
	4 - 5 orang	20	66.7
	6 - 7 orang	1	3.3
	1000000 >-	1	3.3
Pendapatan	1000000 -< 3000000	11	36.7
	3000000 -< 5000000	12	40
	5000000 -< 7000000	3	10
	>- 7000000	3	10
	DIY	19	63.3
Daerah asal	Jawa Tengah	4	13.3
	Jawa Timur	1	3.3
	Sumatra	5	16.7
	Kalimantan	1	3.3

Tingkat pendidikan. Bila dilihat dari tingkat pendidikan akhir sebanyak 43,3% atau 13 konsumen berpendidikan hingga Sarjana S1, walaupun mereka berpendidikan tinggi dan cenderung berpikiran modern tetapi mereka tetap masih mengkonsumsi jamu tradisional. Konsumen lebih sering mengkonsumsi jamu godhog langsung di

Merapi Farma Herbal daripada mengkonsumsi di rumah. Hal tersebut karena, selain untuk membeli jamu, konsumen datang langsung ke Merapi Farma Herbal sekaligus untuk melihat dan mengetahui secara langsung berbagai macam tanaman obat yang ada di Merapi Farma Herbal. Konsumen senang bisa melihat secara langsung perawatan dari tanaman obat tersebut. Alasan konsumen mengkonsumsi jamu godhog adalah untuk menjaga stamina dan daya tahan tubuh. Untuk menjaga stamina dan daya tahan tubuh, mereka lebih merasa aman mengkonsumsi jamu godhog herbal dibandingkan obat kimia.

Pekerjaan. Sebagian besar konsumen dari Merapi Farma Herbal memiliki pekerjaan sebagai petani yaitu berjumlah 8 orang. Konsumen tersebut lebih sering mengkonsumsi jamu langsung di Merapi Farma Herbal daripada mengkonsumsi di rumah. Hal ini dikarenakan, para petani tersebut mengurus lahan di sekitar Merapi Farma herbal. Jadi, ketika mereka pulang dari kebun ataupun sawah bisa langsung mampir ke Merapi Farma Herbal bersama dengan para petani lainnya. Dalam sebulan terakhir para petani tersebut mengkonsumsi jamu sebanyak 3-7 kali. Terdapat 5 konsumen mengatakan alasan mereka mengkonsumsi jamu godhog adalah untuk mengobati penyakit, 2 konsumen mengatakan alasan mengkonsumsi jamu untuk mengobati penyakit, dan 1 konsumen mengatakan untuk mencegah penyakit. Mengkonsumsi jamu godhog di rasa lebih murah di bandingkan dengan berobat ke rumah sakit. Dari tabel 7 dapat dilihat bahwa ada 1 konsumen mahasiswa, alasan konsumen tersebut mengkonsumsi jamu adalah untuk menjaga stamina dan daya tahan tubuh.

Jumlah Anggota Keluarga. Dari 30 jumlah responden, sebagian besar konsumen anggota keluarganya berjumlah 4-5 orang. Sebagian besar konsumen lebih sering mengkonsumsi jamu di rumah. Mereka membeli jamu racikan dari Merapi Farma Herbal lalu dimasak sendiri dirumah, hal ini dikarenakan supaya anggota keluarga lainnya dapat ikut mengkonsumsi jamu yang ditujukan untuk menjaga stamina maupundaya tahan tubuh anggota keluarga lainnya.

Pendapatan.Sebanyak 40% konsumen atau 12 konsumen memiliki pendapatan keluarga antara Rp. 3000000 sampai kurang dari Rp. 5000000. Konsumen jarang mengkonsumsi di Merapi Farma Herbal, mereka lebih sering mengkonsumsinya di rumah. Biasanya konsumen langsung membeli jamu racikan dalam jumlah banyak untuk persediaan beberapa minggu kedepan. Hal ini dimaksudkan agar mereka tidak perlu bolak balik ke Merapi Farma Herbal sehingga bisa meminimalkan biaya transportasi dari rumah konsumen ke Merapi Farma Herbal. Alasan mereka mengkonsumsi jamu dari Merapi Farma Herbal adalah untuk mencegah penyakit. Biaya rumah sakit sekarang memang mahal , sehingga konsumen merasa lebih baik mencegah daripada mengobati penyakit.

Daerah Asal. Sebagian besar konsumen dari Merapi Farma Herbal berasal dari daerah Yogyakarta dan sekitarnya, misalnya dari daerah sekitaran Slemanmaupun dari daerah Bantul. Selain dari Yogyakarta dan pulau jawa (jawa tengah dan jawa timur) juga dari luar jawa seperti sumatra dan kalimantan. Sebagian besar konsumen yang berasal dari Jawa Tengah maupun Jawa Timur, mereka memang sudah menetap di Yogyakarta. Akan tetapi untuk konsumen yang berasal

dari luar pulau Jawa adalah konsumen yang pada saat itu kebetulan sedang mengunjungi Yogyakarta. Setiap kali ke Yogyakarta, mereka selalu menyempatkan untuk membeli jamu godhog di Merapi Farma Herbal. Konsumen lebih memilih mengkonsumsi jamu di Merapi Farma Herbal karena letaknya memang masih terjangkau oleh mereka.

B. Perilaku Konsumen

Perilaku Konsumen adalah sejauh mana konsumen melakukan pembelian bila dilihat dari tempat mengkonsumsi, frekuensi konsumsi, jumlah konsumsi, dan alasan mengkonsumsi jamu godhog di Merapi Farma Herbal. Berikut adalah hasil penelitian perilaku konsumen di Merapi Farma Herbal.

1. Lokasi Mengkonsumsi

Tabel 8. Lokasi mengkonsumsi jamu godhog Merapi Farma Herbal

Tempat Mengkonsumsi	Jumlah orang	Presentase
Selalu di Merapi Farma Herbal	5	17
Sering di Merapi Farma Herbal	16	53
Jarang di Merapi Farma Herbal	7	23
Hampir tidak pernah di Merapi Farma Herbal	2	7
Total	30	100

Yang dimaksud dengan lokasi mengkonsumsi adalah kebiasaan konsumen ketika mengkonsumsi jamu godhog lebih sering dilakukan di lokasi Merapi Farma Herbal atau di lakukan di rumah. Dari tabel 8 dapat dilihat bahwa 17% konsumen mengatakan selalu mengkonsumsi jamu di Merapi Farma Herbal, yang berarti adalah jamu yang dikonsumsi tidak pernah dikonsumsi dirumah ataupun dibawa pulang kerumah. Alasan mereka selalu mengkonsumsi jamu di Merapi Farma Herbal karena

lokasi tersebut dekat dengan rumah, selain itu juga dikarenakan konsumen mengkonsumsi jamu sambil menikmati kesejukan udara di lokasi. Dari hasil penelitian diketahui bahwa paling banyak konsumen mengatakan sering mengkonsumsi jamu langsung di Merapi Farma Herbal yaitu sebesar 53%, itu artinya intensitas konsumen mengkonsumsi jamu langsung di Merapi Farma Herbal lebih banyak dibandingkan mengkonsumsi dirumah. Ada 2 konsumen mengatakan hampir tidak pernah mengkonsumsi jamu di Merapi Farma Herbal. Alasan mereka hampir tidak pernah mengkonsumsi jamu di Merapi Farma Herbal dikarenakan lokasi tersebut jauh dari tempat tinggal, kedua konsumen tersebut berasal dari kalimantan dan lampung. Ketika konsumen mendatangi lokasi langsung membeli jamu godhog kemasan dalam jumlah banyak agar tidak perlu bolak balik ke lokasi ketika ingin mengkonsumsi jamu.

Ada 6 konsumen yang berasal dari luar Pulau Jawa, akan tetapi konsumen tersebut dalam beberapa tahun belakangan sudah menetap di Yogyakarta untuk kuliah dan bekerja, jadi masih bisa menjangkau untuk sering mendatangi Merapi Farma Herbal. Alasan mereka sering mengkonsumsi jamu langsung di Merapi Farma Herbal karena lokasi tersebut sangat nyaman. Terdapat banyak fasilitas yang memadai di Merapi Farma Herbal, diantaranya adalah toilet, wastafel, mushola dan tempat parkir yang luas. Selain itu juga dikarenakan kebersihan di Merapi Farma Herbal sangat terjaga. Mulai dari kebersihan gelas, kualiti tempat jamu godhog, etalase dan halaman.

Proses pelayanan disana juga menjadi salah satu alasan kenapa konsumen sering mengkonsumsi jamu langsung di Merapi Farma Herbal. Sikap karyawan yang ramah dan cepat dalam melayani konsumen yang ingin membeli jamu. Karyawan akan segera sigap menanyakan apa tujuan konsumen yang baru datang ke Merapi Farma Herbal. Terdapat 4 pelayan yang selalu beradadi outlet, hal ini membuat konsumen dapat selalu dilayani dengan cepat walaupun ketika keadaan outlet sedang ramai pengunjung.

2. Frekuensi Pembelian

Tabel 9. Frekuensi pembelian jamu godhog Merapi Farma Herbal

Frekuensi Pembelian	Jumlah orang	Presentase
>12 kali	1	3
8-12 kali	4	14
3-7 kali	12	40
< 3 kali	13	43
Total	30	100

Yang dimaksud frekuensi pembelian adalah seberapa sering konsumen membeli jamu godhog di Merapi Farma Herbal dalam satu bulan terakhir. amu godhog siap minum dari Merapi Farma Herbal. Rata rata konsumen membeli jamu 4 kali dalam sebulan terakhir. Dari tabel 9 dapat diketahui juga bahwa ada 13 konsumen yang membeli jamu kurang dari 3 kali dalam satu bulan terakhir. Jumlah konsumen tersebut berada di urutan paling banyak. Sebagian konsumen tersebut berasal dari luar pulau Jawa, yaitu kalimantan dan lampung karena tidak setiap bulan mereka datang ke Yogyakarta. Akan tetapi ketika sedang berada di Yogyakarta mereka selalu menyempatkan untuk berkunjung ke Merapi Farma Herbal.

Konsumen dari luar pulau Jawa merasa nyaman berada di Merapi Farma Herbal, karena outlet jamu seperti ini tidak bisa mereka temukan di daerahnya. Karena tempatnya yang bersih dan suasananya yang sejuk itulah yang membuat mereka selalu menyempatkan untuk berkunjung ke Merapi Farma Herbal. Bahkan, ada salah satu konsumen dari Lampung yang sengaja bermalam di penginapan yang terdapat di Merapi Farma Herbal.

Ada beberapa konsumen yang berkunjung ke Merapi Farma Herbal hanya saat kondisi badannya mulai menurun saja. Setelah dua kali mengkonsumsi jamu sehat pria, kondisi badan sudah mulai fit kembali. Frekuensi kunjungan konsumen tersebut 1-2 kali dalam satu bulan terakhir. Walaupun frekuensi kunjungan terhitung jarang akan tetapi konsumen tersebut setiap bulan pasti rutin mengunjungi Merapi Farma Herbal.

Ada satu konsumen yang paling banyak berkunjung ke Merapi Farma Herbal, yaitu sebanyak 4 kali dalam seminggu. Konsumen tersebut bertempat tinggal di dekat outlet jamu godhog Merapi Farma Herbal, sehingga bisa kapan saja mengunjungi outlet. Selain itu juga karena sudah menjadi kebiasaan rutin mengkonsumsi jamu godhog dan merasa bahwa badannya kurang fit ketika tidak mengkonsumsi jamu.

Untuk konsumen yang lain mengunjungi Merapi Farma Herbal sebanyak sebagian besar frekuensi kunjungan kurang dari 3 kali sebanyak 43%, sedangkan 3-7 kali dalam sebulan terakhir ada 12 orang. Keseluruhan konsumen tersebut berdomisili di Yogyakarta, namun ada beberapa konsumen yang berasal dari luar Yogyakarta tetapi sudah menetap di sini. Mereka dalam seminggu mengunjungi outlet 1 sampai 2

kali. Alasan mereka mengkonsumsi jamu godhog secara rutin yaitu agar badan tetap fit dan stamina terjaga pada saat bekerja maupun beraktifitas.

3. Jumlah Konsumsi

Tabel 10. Jumlah konsumsi jamu godhog Merapi Farma Herbal

Jumlah Konsumsi	Jumlah orang	Presentase
> 16 gelas	2	7
11-16 gelas	2	7
5-10 gelas	11	36
< 5 gelas	15	50
Total	30	100

Yang dimaksud jumlah konsumsi adalah banyak sedikitnya jamu yang dikonsumsi konsumen dalam satu bulan terakhir. Rata-rata dalam satu bulan terakhir konsumen mengkonsumsi jamu sebanyak 6 gelas. Dari tabel 10 dapat diketahui bahwa dalam sebulan terakhir paling banyak konsumen mengkonsumsi jamu kurang dari 5 gelas. Hal ini dikarenakan sebagian besar konsumen dari Merapi Farma Herbal mengkonsumsi jamu hanya untuk menjaga stamina badan, bukan untuk mengobati penyakit. Karena apabila konsumen yang mengkonsumsi jamu untuk pengobatan itu diharuskan untuk lebih sering dan lebih rutin dalam mengkonsumsinya.

Dari tabel diatas 10 juga dapat dilihat bahwa terdapat 2 konsumen yang mengkonsumsi jamu lebih dari 16 gelas dalam sebulan . Konsumen tersebut sudah terbiasa untuk mengkonsumsi jamu dari Merapi Farma Herbal agar daya tahan tubuhnya tetap terjaga. Mereka merasakan badannya kurang fit ketika tidak mengkonsumsi jamu dari Merapi Farma Herbal. Mereka sudah rutin untuk selalu mengkonsumsi jamu godhog.

Setiap konsumen yang membeli jamu godhog di Merapi Farma Herbal mengkonsumsi jenis jamu yang berbeda- beda. Berikut merupakan tabel jenis jamu apa saja yang dikonsumsi oleh konsumen :

Tabel 11. Jenis jamu yang dikonsumsi oleh konsumen

Nama Jamu Godhog	Jumlah orang
Jagasrat (jamu asam urat)	5
Jagaranggi (jamu darah tinggi)	3
Jagamuk (jamu menambah berat badan)	3
Jagatal (jamu gatal)	1
Jaganis (jamu kencing manis)	2
Jagasrol (jamu kolestrol)	6
Jagalangset (jamu langsing dan singset)	2
Jagalinu (jamu pegal linu)	14
Jagacok (jamu encok dan rheumatik)	4
Jagapria (jamu sehat pria)	15
Jaganita (jamu sehat wanita)	5

Beberapa konsumen bisa mengkonsumsi lebih dari satu jenis jamu, rata-rata mereka mengkonsumsi 2-3 jenis jamu. Berdasarkan tabel 11 dapat dilihat bahwa jagapria dan jagalinu merupakan jamu yang paling diminati oleh konsumen. Jagapria adalah jamu yang bermanfaat untuk menjaga kesehatan pria dan menyegarkan badan, sedangkan jagalinu merupakan jamu yang bermanfaat untuk meredakan pegal linu. Konsumen dari Merapi Farma Herbal dominan adalah laki-laki sehingga jamu yang di konsumsi pun jamu yang bermanfaat untuk kesehatan pria. Konsumen juga merupakan seorang pekerja, sehingga dalam kesehariannya memiliki aktifitas yang padat dan melelahkan oleh karena itu konsumen memilih jamu pegal linu untuk meredakan badan yang letih agar bisa fit kembali.

4. Alasan Konsumsi

Tabel 12. Alasan mengkonsumsi jamu godhog Merapi Farma Herbal

Alasan Konsumsi	Jumlah orang	Presentase
Mengobati penyakit	8	27
Mencegah penyakit	4	13
Menjaga stamina dan daya tahan tubuh	18	60
Total	30	100

Yang dimaksud alasan konsumsi adalah adalah latar belakang apa yang membuat konsumen mengkonsumsi jamu godhog. Dari tabel 12 dapat dilihat bahwa kebanyakan konsumen mengkonsumsi jamu untuk menjaga stamina dan daya tahan tubuh yaitu sebesar 60%. Sebagian besar konsumen dari Merapi Farma Herbal masih tergolong belum terlalu tua yaitu 35 tahun sampai 49 tahun. Dan dalam usia tersebut masih masih belum banyak yang terjangkit penyakit. Oleh karena itu, alasan mereka mengkonsumsi jamu hanya untuk menjaga stamina dan daya tahan tubuh agar tetap fit ketika bekerja dan melakukan aktifitas sehari- hari.

Dari tabel 12 juga dapat dilihat bahwa ada 8 konsumen yang mengkonsumsi jamu untuk mengobati penyakit. Penyakit yang diderita oleh konsumen seperti darah tinggi, kolestrol dan asam urat. Sedangkan 4 konsumen mengatakan bahwa alasan mengkonsumsi jamu untuk mencegah penyakit. Jamu yang dikonsumsi adalah jamu asam urat dan jamu rheumatik, dengan mengkonsumsi jamu tersebut konsumen berharap bisa terhindar dari penyakit asam urat dan rheumatik.

C. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Penting bagi setiap perusahaan untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen. Hal lain yang juga harus diketahui oleh perusahaan adalah faktor- faktor apa saja yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Berikut adalah tabel faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen jamu godhog Merapi Farma Herbal meliputi kualitas produk, rasa produk, dan harga :

Tabel 13. Faktor kualitas produk, rasa produk, dan harga

	Keterangan	Uraian	Jumlah	Presentase
Kualitas Produk	1. Kualitas	Sangat berkualitas	4	13
		Berkualitas	24	80
		Kurang berkualitas	2	7
		Tidak berkualitas	0	0
Rasa Produk	1. Campuran bahan	Sangat sesuai	9	30
		Sesuai	19	63
		Terlalu manis	1	3
	2. Rasa	Terlalu pahit	1	3
		Sangat enak	2	7
		Enak	26	87
		Kurang enak	2	7
		Tidak enak	0	0
Harga	1. Kesesuaian Harga	Sangat Murah	4	13
		Murah	26	87
		Mahal	0	0
		Sangat Mahal	0	0
	2. Perbandingan dengan jamu lain	Sangat Murah	3	10
		Murah	25	83
		Mahal	2	7
		Sangat Mahal	0	0

Kualitas produk. Dari tabel 13 dapat dilihat bahwa 80% konsumen mengatakan bahwa jamu godhog di Merapi Farma Herbal berkualitas. Berkualitasnya

jamu dibuktikan dengan adanya ijin dari dinas kesehatan dan BPOM. Dalam jamu godhog kemasan terdapat petunjuk pemakaian, dengan demikian dapat lebih memudahkan konsumen untuk mengetahui cara penggunaan jamu godhog yang benar. Selain itu didalam jamu godhog kemasan juga terdapat tanggal kadaluarsa, dengan demikian konsumen bias mengetahui batas layak konsumsi dari jamu godhog Merapi Farma Herbal.

Rasa produk. Dari 30 responden sebanyak 26 konsumen mengatakan bahwa rasa dari jamu godhog di Merapi Farma Herbal enak. Hal tersebut berarti bahwa campuran bahan dari jamu godhog sudah sesuai dan pas dilidah konsumen. Jamu godhog memiliki rasa yang pas, tidak terlalu pahit ataupun tidak terlalu manis. Rasa manis yang terdapat dalam jamu bukan berasal dari pemanis buatan, hal ini merupakan salah satu alasan yang membuat konsumen menilai jamu di Merapi Farma Herbal enak.

Harga. Lebih dari 80% konsumen mengatakan jamu di Merapi Farma Herbal murah. Harga jamu di Merapi Farma Herbal dinilai konsumen lebih murah dibandingkan dengan harga jamu di tempat lain. Konsumen dari kalangan menengah kebawah pun bisa membeli jamu dari Merapi Farma Herbal karena harganya memang terjangkau. Walaupun harga terbilang murah tetapi kualitas dan rasa jamu tetap terjaga, hal tersebut merupakan salah satu alasan Merapi Farma Herbal memiliki banyak pelanggan.

Sedangkan dibawah ini merupakan faktor- faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen meliputi tempat, promosi, proses pelayanan, dan *lifestyle* :

Tabel 14. Faktor tempat, promosi, proses pelayanan, dan *lifestyle* :

	Keterangan	Uraian	Jumlah	Presentase
Tempat	1. Kebersihan	Sangat bersih	4	13
		Bersih	26	87
		Kurang Bersih	0	0
		Tidak bersih	0	0
	2. Keterjangkauan	Sangat terjangkau	3	10
		Terjangkau	21	70
		Kurang terjangkau	6	20
		Sulit dijangkau	0	0
	3. Kenyamanan	Sangat nyaman	15	50
		Nyaman	12	40
		Kurang nyaman	3	10
		Tidak nyaman	0	0
Promosi	1. Pengaruh promosi	Sangat berpengaruh	1	3
		Berpengaruh	8	27
		Kurang berpengaruh	9	30
		Tidak berpengaruh	12	40
Proses pelayanan	1. Sikap karyawan	Sangat ramah	4	13
		Ramah	24	80
		Kurang ramah	2	7
		Tidak ramah	0	0
	2. Lama pelayanan	Cepat	12	40
		Standar	17	57
		Lama	1	3
		Sangat lama	0	0
Lifestyle	1. Pengaruh dalam keseharian	Sangat berpengaruh	0	0
		Berpengaruh	16	53
		Kurang berpengaruh	8	27
		Tidak berpengaruh	6	20

Tempat (Sarana dan Prasarana). Dari tabel 13 dapat dilihat bahwa 87% mengatakan tempat Merapi Farma Herbal bersih. Kebersihan merupakan salah satu hal yang sangat di perhatikan oleh pihak Merapi Farma Herbal. Oleh sebab itu, pihak Merapi Farma Herbal mempekerjakan 4 karyawan yang secara khusus bertugas untuk menjaga kebersihan. Mulai dari kebersihan outlet , kebersihan lahan, dan kebersihan halaman sangat diperhatikan. Dari keseluruhan responden terdapat 21 konsumen mengatakan lokasi Merapi Farma Herbal terjangkau. Meskipun letaknya jauh tetapi kondisi jalanan menuju Merapi Farma Herbal sudah bagus dan beraspal. Selain itu disana juga sudah banyak terdapat angkutan umum, hal ini semakin membuat Merapi Farma Herbal bias dijangkau oleh konsumen. Konsumen juga menilai Merapi farma Herbal ini sangat nyaman, hal itu dikarenakan banyak fasilitas yang terdapat disana, seperti wastafel, toilet, mushola dan lahan parkir yang luas. Dengan adanya lahan parkir yang luas, konsumen yang datang bergerombol tidak perlu bingung untuk memarkirkan kendaraanya.

Promosi. Dari tabel 13 dapat dilihat bahwa sebagian besar konsumen yaitu 12 orang mengatakan promosi yang dilakukan Merapi Farma Herbal tidak berpengaruh terhadap pembelian jamu godhog. Promosi yang dilakukan oleh Merapi Farma Herbal dengan menggunakan brosur, media social dan web online. Promosi yang dilakukan oleh Merapi Farma Herbal kurang dapat menarik minat konsumen. Konsumen justru lebih tertarik dengan Merapi Farma herbal karena ajakan dari tetangga atau kerabat yang sebelumnya pernah membeli jamu di Merapi Farma Herbal.

Proses Pelayanan. Sebanyak 24 konsumen menilai karyawan dari Merapi Farma Herbal ramah. Karyawan selalu tersenyum ketika sedang melayani konsumen. Selain itu, karyawan Merapi Farma Herbal juga tidak sungkan untuk membaur dan mengajak konsumen berbincang- bincang. Karyawan juga selalu responsive dan cepat tanggap melayani apa yang dibutuhkan oleh konsumen.

Lifestyle. Dari tabel 13 dapat dilihat bahwa 53% konsumen mengatakan bahwa jamu godhog memiliki pengaruh dalam kehidupan sehari- hari. Hal ini berarti bahwa ketika konsumen tidak mengkonsumsi jamu akan mengganggu aktivitasnya dalam sehari-hari.

D. Hubungan Faktor-Faktor Berpengaruh Dengan Perilaku Konsumen

Tabel 15. Hubungan antara faktor- faktor yang berpengaruh dengan perilaku konsumen

Perilaku konsumen Faktor berpengaruh	Lokasi Mengkonsumsi	Frekuensi Pembelian	Jumlah Konsumsi	Alasan Konsumsi	Perilaku Konsumen
Kualitas produk	0,049	0,046	0,227	0,019	0,144
Rasa produk	0,391*	0,186	0,223	-,050	0,308
Harga	0,422*	0,458*	0,34	0,265	0,585**
Tempat (Sarana dan Prasarana)	0,621**	0,622**	0,594**	-,40	0,736**
Proses pelayanan	0,268	0,629*	0,525**	-,039	0,559**
Promosi	0,490**	0,354	0,335	0,285	0,602**
Lifestyle	0,131	0,473**	0,549**	0,404*	0,593**

Keterangan :

Tanda (*) = hubungan antara dua variabel signifikan 5%, taraf kepercayaan 95%

Tanda (**) = hubungan antara dua variabel signifikan 1%, taraf kepercayaan 99%

1. Hubungan Kualitas Produk dengan Perilaku Konsumen

Dari tabel 14 hasil penelitian menunjukkan tidak adanya hubungan kualitas produk terhadap lokasi mengkonsumsi. Yang dimaksud lokasi mengkonsumsi adalah kebiasaan konsumen mengkonsumsi jamu godhog lebih sering dilakukan di lokasi Merapi Farma Herbal atau di lakukan di rumah. Hal ini dibuktikan dengan nilai korelasi sebesar 0,049. Dengan demikian dapat diartikan bahwa semakin berkualitasnya kualitas produk jamu maka tidak berpengaruh terhadap keinginan konsumen untuk mengkonsumsi jamu langsung di Merapi Farma Herbal. Kualitas produk yang dimaksud meliputi kelengkapan dalam produk (ijin dari dinas kesehatan, BPOM, tanggal kadaluarsa, dan petunjuk pemakaian) , rasa jamu, kebersihan jamu, dan ketersediaan dari jamu godhog.

Pada hubungan kualitas produk terhadap frekuensi pembelian diperoleh nilai korelasi sebesar -0,046 . Hal ini menunjukkan tidak adanya hubungan kualitas produk dengan frekuensi pembelian. Hal ini berarti bahwa dengan adanya produk yang berkualitas akan tidak membuat konsumen semakin sering untuk membeli jamu di Merapi Farma Herbal.

Dapat dilihat juga dalam tabel 14 bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap jumlah konsumsi dan alasan konsumsi, ini dibuktikan dengan hasil korelasi nya adalah 0,227 dan 0,019. Hal ini berarti apabila semakin baik kualitas produk tidak akan membuat konsumen menambah jumlah konsumsi jamu godhog, dan juga sebaliknya apabila semakin jelek kualitas produk tidak akan mengubah alasan konsumen mengkonsumsi jamu godhog dari Merapi Farma Herbal.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh hubungan kualitas produk terhadap perilaku konsumen. Hal ini juga diperkuat dengan hasil penelitian yang menunjukkan nilai korelasi sebesar 0,144.

2. Hubungan Rasa Produk Terhadap Perilaku Konsumen

Dari tabel 14 hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan rasa produk terhadap lokasi mengkonsumsi, hal ini dibuktikan dengan hasil korelasi 0,391. Yang dimaksud dengan rasa produk adalah keenakan dari rasa jamu dan kesesuaian campuran bahan dari pembuatan jamu godhog. Artinya bahwa semakin enak rasa dari jamu godhog akan meningkatkan keinginan konsumen untuk mengkonsumsi jamu langsung di lokasi Merapi Farma Herbal.

Pada pengaruh rasa produk terhadap frekuensi pembelian diketahui hasil korelasinya adalah 0,186 yang berarti tidak ada pengaruh. Hal tersebut yang berarti semakin enak rasa dari jamu tidak membuat konsumen untuk menambah frekuensi pembelian jamu. Tidak jauh berbeda dengan hasil korelasi dari rasa jamu dengan jumlah konsumsi yaitu 0,223, itu berarti bahwa tidak adanya pengaruh antara rasa jamu godhog dengan jumlah jamu yang dikonsumsi oleh konsumen. Semakin tidak enak rasa dari jamu tidak lantas membuat konsumen untuk mengurangi jumlah konsumsi jamu godhog. Dari tabel 14 juga dapat dilihat hasil korelasi antara rasa produk dengan alasan mengkonsumsi adalah -0,050 yang artinya hubungan dari keduanya bernilai negative. Hal tersebut berarti semakin enak rasa dari produk akan berpengaruh semakin buruk dengan alasan konsumen mengkonsumsi jamu godhog tersebut. Begitu pula dengan sebaliknya, semakin tidak enak rasa dari jamu akan

membuat konsumen semakin membaik alasan dari konsumen untuk mengkonsumsi jamu.

Dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh antara rasa produk dengan perilaku konsumen, hal itu dibuktikan dengan nilai korelasi 0,308 .

3. Hubungan Harga terhadap Perilaku Konsumen

Dari semua responden konsumen di Merapi Farma Herbal ada beberapa konsumen yang pernah membeli jamu di tempat lain. Berikut adalah tabel penjelasannya :

Tabel 16. Kunjungan konsumen ke tempat penjualan jamu lain

Keterangan	Jumlah orang	Persentase
Pernah	8	26.7
Tidak	22	73.3
Total	30	100.0

Tabel 15 menjelaskan tentang pernah atau tidaknya konsumen mengkonsumsi jamu godhog di tempat lain. Sebesar 26.7% konsumen pernah mengkonsumsi jamu godhog di tempat lain. Sebagian besar konsumen mencoba jamu godhog di outlet-outlet pinggir jalan. Walaupun sudah mencoba jamu godhog dari tempat lain, para konsumen tetap memilih membeli jamu dari Merapi Farma Herbal, hal ini dikarenakan harga jamu di Merapi Farma Herbal terhitung lebih murah dibandingkan tempat lain dan lebih berkhasiat untuk kesehatan konsumen. Harga jamu racikan yang dijual di Merapi Farma Herbal Rp. 25000 akan tetapi ditempat lain berkisar Rp 30000 per kemasannya. Selain harga, rasa jamu di Merapi Farma Herbal dirasa konsumen lebih enak

Ada konsumen yang beranggapan jamu di Merapi Farma Herbal terhitung lebih mahal dari jamu di tempat lain. Misalkan pada jamu kunyit asam maupun jamu beras kencur di Merapi Farma Herbal di harga Rp. 5000 setiap gelas akan tetapi ditempat lain harganya Rp. 4000 setiap gelas. Namun, konsumen tetap memilih untuk membeli jamu dari Merapi Farma Herbal karena di karenakan rasanya yang lebih enak. Apabila di outlet lain jamu kunyit asem rasa manisnya sangat terasa menggunakan pemanis buatan, akan tetapi jamu dari Merapi Farma Herbal rasa manisnya sangat alami dari gula. Konsumen tersebut merasa setelah mengkonsumsi jamu kunyit asam dari tempat lain, tenggorokan menjadi tidak enak bahkan sampai batuk akibat dari pemanis buatan tersebut. Berbeda dengan jamu kunyit asem dari Merapi Farma Herbal rasa manisnya sangat alami dan menyegarkan. Jamu kunyit asam dari Merapi Farma Herbal merupakan salah satu jamu yang paling di minati oleh konsumen.

Sebagian besar konsumen tidak pernah mencoba jamu godhog di tempat lain yaitu sebanyak 73,3%, hal ini dikarenakan para konsumen sudah lebih mempercayai khasiat jamu godhog dari Merapi Farma Herbal. Selain itu karena letak outlet Merapi Farma Herbal lebih dekat dengan tempat tinggal mereka dibandingkan outlet jamu godhog yang lainnya. Jamu yang tersedia di Merapi Farma Herbal sudah cukup lengkap dan bervariasi, hal itu juga yang membuat konsumen tidak pernah mencoba jamu di tempat lain. Keadaan outlet Merapi Farma Herbal yang bersih dan karyawan yang ramah juga merupakan salah satu alasan konsumen merasa nyaman di Merapi Farma Herbal sehingga tidak ingin mencoba membeli jamu di tempat lain.

Dari tabel 14 berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui adanya hubungan harga terhadap lokasi mengkonsumsi. Hal ini dibuktikan dengan nilai korelasi sebesar 0,422 yang signifikan pada taraf kepercayaan 95%. Dengan demikian dapat diartikan bahwa terjangkau harga jamu godhog maka keinginan konsumen untuk mengkonsumsi jamu herbal di Merapi Farma Herbal akan semakin sering. Harga jamu kemasan di Merapi Farma herbal tergolong lebih murah jika di bandingkan dengan jamu kemasan di tempat lain. Untuk harga jamu godhog dirasa konsumen sudah terjangkau dan sudah sesuai dengan rasa dan kualitas jamu. Beberapa konsumen beranggapan bahwa jamu godhog di tempat lain harganya lebih murah, akan tetapi kualitas dan rasanya tidak seenak jamu dari Merapi Farma Herbal.

Indikator perilaku konsumen selanjutnya adalah frekuensi pembelian. Pada pengaruh harga terhadap frekuensi pembelian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,458 yang signifikan pada taraf kepercayaan 95%. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh harga terhadap frekuensi pembelian. Hal ini berarti bahwa dengan adanya harga jamu yang terjangkau akan membuat konsumen menjadi lebih sering mengkonsumsi jamu di Merapi Farma Herbal. Karena banyak juga konsumen pelanggan di Merapi Farma Herbal yang keadaan ekonominya masih kurang, sehingga jika harganya mahal konsumen tidak dapat menjangkaunya untuk sering mengkonsumsi jamu di Merapi Farma Herbal.

Hasil penelitian menunjukkan tidak adanya hubungan harga terhadap jumlah yang dikonsumsi. Hal ini dibuktikan dengan nilai korelasi sebesar 0,340 yang tidak signifikan pada taraf kepercayaan 99% maupun 95%. Dengan demikian dengan harga

jamu tidak ada pengaruhnya terhadap jumlah yang dikonsumsi. Konsumen tentunya sudah paham dengan kebutuhannya jadi konsumen akan membeli jamu sesuai dengan jumlah yang dibutuhkan saja.

Indikator terakhir perilaku konsumen adalah alasan konsumsi. Pada indikator alasan konsumsi dapat diketahui bahwa tidak ada pengaruh harga terhadap alasan konsumsi, hal ini dibuktikan dengan nilai korelasi sebesar 0,265. Hal ini berarti mengonsumsi jamu godhog tidak terpacu pada alasan pencegahan penyakit tertentu. Ketika konsumen merasa butuh minum jamu godhog maka harga tidak akan menjadi masalah. Dan memang harga yang dipatok Merapi Farma Herbal sudah cukup murah untuk bisa dijangkau semua kalangan konsumen.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh harga terhadap perilaku konsumen. Hal ini juga diperkuat dengan hasil penelitian yang menunjukkan nilai korelasi sebesar 0,585 yang signifikan pada taraf kepercayaan 99%. Artinya adalah apabila harga jamu semakin murah maka konsumen akan lebih sering mengonsumsi jamu langsung di Merapi Farma Herbal.

4. Hubungan Tempat (Sarana dan Prasarana) terhadap Perilaku Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan tempat (sarana dan prasarana) terhadap lokasi mengonsumsi. Hal ini dibuktikan dengan nilai korelasi sebesar 0,621 yang signifikan pada taraf kepercayaan 99%. Tempat (sarana dan prasarana) meliputi kebersihan, keterjangkauan, dan kenyamanan. Dengan demikian dapat diartikan bahwa semakin berkualitasnya tempat jamu maka keinginan konsumen untuk mengonsumsi jamu herbal di Merapi Farma Herbal akan semakin

sering. Kebersihan di Merapi Farma Herbal sangat dijaga, karena kebersihan dirasa sangat penting demi kenyamanan para konsumen. Kebersihan di Merapi Farma Herbal sangat di jaga, misalkan kebersihan meja, kebersihan kualii jamu, kebersihan halaman, maupun kebersihan toilet. Fasilitas yang di berikan Merapi Farma Herbal juga lengkap meliputi, tersedianya wastafel, toilet, mushola dan parkir yang luas. Lahan parkir di Merapi Farma Herbal cukup luas dapat menampung banyak kendaraan roda empat.

Pada hubungan tempat dengan frekuensi pembelian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,622 yang signifikan pada taraf kepercayaan 95%. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh tempat (sarana dan prasarana) dengan frekuensi pembelian. Hal ini berarti bahwa dengan adanya tempat dengan fasilitas memadai akan memberikan pengaruh terhadap frekuensi pembelian. Dengan segala fasilitas yang terdapat di Merapi Farma Herbal dapat meningkatkan frekuensi pembelian jamu oleh para konsumen.

Berdasarkan jumlah yang dikonsumsi dapat diketahui bahwa tempat berpengaruh terhadap jumlah yang dikonsumsi. Hal ini dibuktikan dengan nilai korelasi sebesar 0,594 yang signifikan pada taraf kepercayaan 99%. Dengan demikian dengan adanya tempat yang memadai memberikan pengaruh terhadap jumlah jamu yang akan dikonsumsi.

Pada indikator alasan konsumsi dapat diketahui bahwa tidak ada pengaruh tempat terhadap alasan konsumsi, hal ini dibuktikan dengan nilai korelasi sebesar - 0,40 yang tidak signifikan pada taraf kepercayaan 99% maupun 95%. Berdasarkan

hasil penelitian juga dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh tempat (sarana dan prasarana) terhadap perilaku konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai korelasi sebesar 0,736 yang signifikan pada taraf kepercayaan 99%.

5. Hubungan Proses Pelayanan terhadap Perilaku Konsumen

Proses pelayanan dalam penelitian ini meliputi sikap karyawan dan lamanya pelayanan. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui tidak ada hubungan antara proses pelayanan terhadap lokasi mengkonsumsi. Hal ini dibuktikan dengan nilai korelasi sebesar 0,268 yang dianggap tidak signifikan pada taraf kepercayaan 99% maupun 95%. Dengan demikian dapat diartikan bahwa proses pelayanan jamu godhog tidak akan mempengaruhi konsumen untuk mengkonsumsi jamu godhog di tempat atau dibawa pulang.

Indikator perilaku konsumen selanjutnya adalah frekuensi pembelian. Pada pengaruh proses pelayanan dengan frekuensi pembelian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,629 yang signifikan pada taraf kepercayaan 95%. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh proses pelayanan dengan frekuensi pembelian. Hal ini berarti bahwa dengan adanya proses pelayanan yang baik oleh karyawan maka konsumen akan merasa lebih sering mengkonsumsi jamu di Merapi Farma Herbal.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh proses pelayanan terhadap jumlah yang dikonsumsi. Hal ini dibuktikan dengan nilai korelasi sebesar 0,525 yang signifikan pada taraf kepercayaan 99%. Dengan demikian apabila proses pelayanan yang memuaskan konsumen memberikan efek terhadap jumlah yang dikonsumsi.

Karyawan memberikan pelayanan yang baik dan ramah terhadap konsumen , maka akan berpengaruh dengan meningkatnya jumlah jamu yang mereka konsumsi.

Indikator terakhir perilaku konsumen adalah alasan konsumsi. Pada indikator alasan konsumsi dapat diketahui bahwa tidak ada hubungan proses pelayanan terhadap alasan konsumsi, hal ini dibuktikan dengan nilai korelasi sebesar $-0,039$ yang tidak signifikan pada taraf kepercayaan 99% maupun 95%. Hal ini berarti proses pelayanan tidak memiliki hubungan dengan alasan tertentu. Para konsumen yang datang untuk mengkonsumsi jamu godhog memiliki alasan yang berbeda-beda oleh karena itu para karyawan tetap memberikan pelayanan yang sama terhadap konsumen.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh proses pelayanan terhadap perilaku konsumen. Hal ini juga diperkuat dengan hasil penelitian yang menunjukkan nilai korelasi sebesar $0,559$ yang signifikan pada taraf kepercayaan 99%. Apabila karyawan melayani dengan ramah, cepat, dan responsive maka konsumen akan lebih sering mengkonsumsi jamu dan meningkatnya jumlah jamu yang di konsumsi.

6. Hubungan Promosi dengan Perilaku Konsumen

Promosi merupakan bagian yang penting dari sebuah usaha. Karena dari promosi produk akan dikenal oleh banyak konsumen. Berikut adalah tabel sumber informasi konsumen mengenai Merapi Farma Herbal :

Tabel 17. Sumber informasi mengenai Merapi Farma Herbal

Keterangan	Jumlah orang	Persentase
Media iklan	13	43.3
Tetangga	2	6.7
Saudara	8	26.7
lain-lain	7	23.3
Total	30	100.0

Tabel 16 menjelaskan mengenai dari mana konsumen mengetahui informasi mengenai Merapi Farma Herbal. Dari tabel 16 dapat dilihat bahwa sebesar 43,3% konsumen mendapat informasi tentang Merapi Farma Herbal dari media iklan. Iklan yang digunakan Merapi Farma Herbal melalui brosur maupun media sosial. Namun 7 konsumen mendapat informasi dari lain-lain yaitu teman, maupun acara kantor. Media sosial yang dipakai oleh Merapi Farma Herbal adalah *facebook* dan web online. Selain dengan menggunakan media sosial, yaitu dengan menggunakan brosur. Brosur banyak tersedia di outlet Merapi Farma Herbal. Ketika konsumen sedang berkunjung ke outlet, mereka mengambil brosur yang telah tersedia disana. Brosur tersebut dibawa oleh konsumen sekedar untuk dibaca atau bahkan untuk dibagikan kepada kerabat maupun saudaranya.

Selain dari media iklan, sumber informasi lain berasal dari tetangga maupun saudara. Ada salah satu konsumen yang sampai sekarang sudah menjadi pelanggan tetap di Merapi Farma Herbal. Pada awalnya konsumen tersebut hanya mengantarkan saudaranya membeli jamu di Merapi Farma Herbal, dari ajakan tersebut konsumen diminta untuk ikut mencoba jamu godhog dari Merapi Farma Herbal. Berawal dari hanya sekedar mencoba, akhirnya konsumen tersebut menjadi rutin mengonsumsi

jamu dari Merapi Farma Herbal. Hal tersebut dikarenakan, saat pertama kali mencoba jamu racikan dari Merapi Farma Herbal, konsumen merasakan kondisi badannya menjadi lebih segar dan fit. Dan sekarang konsumen tersebut mengajak anggota keluarga lainnya untuk ikut mengkonsumsi jamu dari Merapi Farma Herbal.

Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh promosi terhadap tempat mengkonsumsi jamu godhog. Promosi yang dilakukan oleh produsen melalui web, media social, maupun brosur. Hal ini dibuktikan dengan nilai korelasi sebesar 0,490. Dengan demikian dapat diartikan bahwa semakin tingginya promosi jamu maka keinginan konsumen untuk mengkonsumsi langsung di Merapi Farma Herbal akan semakin tinggi.

Dari tabel 14 hasil dari penelitian menunjukkan tidak ada hubungan promosi terhadap frekuensi pembelian dengan nilai korelasi sebesar 0,354 yang tidak signifikan pada taraf kepercayaan 95% maupun 99%. Berdasarkan jumlah yang dikonsumsi dapat diketahui bahwa promosi juga tidak berpengaruh terhadap jumlah yang dikonsumsi. Hal ini dibuktikan dengan nilai korelasi sebesar 0,335. Iklan yang dilakukan oleh produsen sangat aktif melalui media social, hal tersebut berdampak baik . Semakin sering iklan dilakukan, konsumen juga akan semakin sering mengkonsumsi jamu dari Merapi Farma Herbal.

Pada indikator alasan konsumsi dapat diketahui bahwa tidak ada hubungan promosi terhadap alasan konsumsi, hal ini dibuktikan dengan nilai korelasi sebesar 0,285 yang tidak signifikan pada taraf kepercayaan 99% maupun 95%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh promosi terhadap perilaku

konsumen. Hal ini juga diperkuat dengan hasil penelitian yang menunjukkan nilai korelasi sebesar 0,602 yang signifikan pada taraf kepercayaan 99%.

7. Hubungan *Lifestyle* terhadap Perilaku Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui tidak adanya hubungan *lifestyle* terhadap lokasi mengkonsumsi. Hal ini dibuktikan dengan nilai korelasi sebesar 0,131 yang tidak signifikan pada taraf kepercayaan 95% maupun 99%. Indikator perilaku konsumen selanjutnya adalah frekuensi pembelian. Pada pengaruh *lifestyle* terhadap frekuensi pembelian diperoleh nilai korelasi sebesar 0,473 yang signifikan pada taraf kepercayaan 95%. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh *lifestyle* dengan frekuensi pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan *lifestyle* terhadap jumlah yang dikonsumsi. Hal ini dibuktikan dengan nilai korelasi sebesar 0,549 yang signifikan pada taraf kepercayaan 99%. Indikator terakhir perilaku konsumen adalah alasan konsumsi. Pada indikator alasan konsumsi dapat diketahui bahwa ada pengaruh *lifestyle* terhadap alasan konsumsi, hal ini dibuktikan dengan nilai korelasi sebesar 0,404 yang signifikan pada taraf kepercayaan 95%. Konsumen memiliki alasan tertentu untuk mengkonsumsi jamu godhog, sehingga akan sangat berpengaruh apabila mereka tidak mengkonsumsinya. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *lifestyle* berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai korelasi sebesar 0,593 yang signifikan pada taraf signifikansi 99%.