

Pengaruh Gaya Hidup, Cita Rasa Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Jamu Suwegerr Ibu Mety di Kabupaten Sidoarjo

by Muhammad Maullana Arifin

Submission date: 08-Jul-2024 02:34PM (UTC+0700)

Submission ID: 2413810266

File name: MASIP_VOLUME._2,_NO._3,_SEPTEMBER_2024_hal_57-70.pdf (959.1K)

Word count: 4727

Character count: 28392



Pengaruh Gaya Hidup, Cita Rasa Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Jamu Suwegerr Ibu Mety di Kabupaten Sidoarjo

Muhammad Maullana Arifin¹, Ni Made Ida Pratiwi², Agung Pujianto³

¹⁻³ Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia

Email: muhammadmaullana98@gmail.com¹, idapратиwi@untag-sby.ac.id², agung@untag-sby.ac.id³

Abstract. *The tradition of consuming traditional herbal medicine has declined. This is due to the development of more modern beverages, so that these conditions slowly change people's perspective on traditional herbal medicine, resulting in a decline. However, after conducting a pre-survey to 30 respondents, it shows that most Indonesians still like traditional herbal medicine. Jamu Suwegerr brand is one of the traditional herbal medicine whose processing is carried out in Keboansikep Village, Sidoarjo Regency. The herbal brand is used by researchers to see whether people also like or are interested in Suwegerr traditional herbal medicine and analyze the factors that influence people's buying interest in Suwegerr traditional herbal medicine. This study aims to determine whether lifestyle, taste, brand trust have a positive and significant influence on buying interest in Suwegerr herbal medicine. The method used in this research is quantitative with a questionnaire instrument. The type of research used is associative, while the population in this study is the people in Gedangan and Sedati Districts and the sample used is 100 respondents using convenience sampling technique. The results of this study indicate that Lifestyle, Taste and Brand Trust have a positive and significant effect on buying interest in Jamu Suwegerr both partially and simultaneously. Recommendations for further researchers can develop this research again by conducting research on any factor of the variables that the researchers mentioned earlier and can use different samples and populations.*

Keywords: *Lifestyle, Taste, Brand Trust, Purchase Intention, Traditional Herbal.*

Abstrak. Tradisi mengonsumsi jamu tradisional tradisional mengalami penurunan. Hal ini terjadi karena perkembangan minuman yang lebih modern, sehingga kondisi tersebut perlahan mengubah cara pandang masyarakat terhadap jamu tradisional yang mengakibatkan penurunan. Namun, setelah melakukan pra-survei kepada 30 responden menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia masih menyukai jamu tradisional. Merek Jamu Suwegerr merupakan salah satu jamu tradisional yang pengolahannya dilakukan di Desa Keboansikep, Kabupaten Sidoarjo. Merek jamu tersebut digunakan oleh peneliti untuk melihat apakah masyarakat juga menyukai atau tertarik dengan jamu tradisional Suwegerr dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli masyarakat terhadap jamu tradisional Suwegerr. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah gaya hidup, cita rasa, kepercayaan merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli jamu Suwegerr. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan alat instrumen kuisioner. Jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif, adapun populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang ada di Kecamatan Gedangan dan Sedati serta sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *convenience sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Gaya Hidup, Cita Rasa dan Kepercayaan Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Jamu Suwegerr baik secara parsial maupun simultan. Rekomendasi untuk peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini kembali dengan melakukan penelitian pada faktor apapun variabel yang peneliti sebutkan sebelumnya serta dapat menggunakan sampel dan populasi yang berbeda.

Kata kunci: Gaya Hidup, Cita Rasa, Kepercayaan Merek, Minat Beli, Jamu Tradisional.

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pemasok dan penghasil rempah-rempah yang sangat melimpah. Hal tersebut dibuktikan dengan lebih dari 2.500 jenis tumbuhan dan diantaranya merupakan tumbuhan herbal yang banyak digunakan oleh masyarakat (Murdopo, 2014). Tak ayal jenis tanaman tersebut telah dipercaya sejak zaman dahulu sebagai bahan pengobatan alternatif. Karena mempunyai manfaat yang berguna untuk kesehatan tubuh. Tak

Received Juni 11, 2024; Received Juni 23, 2024; Accepted Juli 08, 2024; Online Available September 30, 2024

* Muhammad Maullana Arifin muhammadmaullana98@gmail.com

ayal seperti yang kita ketahui bersama bahwa saat ini pemasaran rempah-rempah sudah sampai skala internasional yang berarti rempah-rempah dapat menjadi sumber kelangsungan hidup masyarakat yang ada di seluruh dunia sebagai bahan penambah makanan ataupun pengobatan.

Berkaitan dengan rempah-rempah, tumbuhan yang satu ini sangat identik dengan minuman kesehatan yaitu jamu tradisional. Menurut (Permata, 2017) jamu merupakan obat herbal turun temurun yang mempunyai manfaat untuk menghilangkan berbagai penyakit serta menjaga kesehatan tubuh. Tak ayal berbagai macam jamu tradisional yang dijumpai seperti sinom, kunyit asam, beras kencur, wedang jahe, dan lain sebagainya. Biasanya masyarakat mengkonsumsi jamu dengan cara membuat sendiri di rumah atau membelinya di luar rumah dengan datang langsung ke toko jamu atau jamu gendong. Namun dalam perkembangannya tradisi mengkonsumsi jamu tradisional mengalami pasang surut sesuai dengan zamanya (Nurmayasari, A. & Mu'tamar, 2018).

Hal tersebut terjadi karena perkembangan yang semakin modern serta maraknya minuman-minuman kekinian seperti kopi kenangan, janji jiwa, es permen karet, dan lainnya. Sehingga menyebabkan sudut pandang masyarakat terhadap jamu tradisional dengan persepsi minuman tersebut adalah gaya hidup kuno yang ada di era saat ini. Oleh karena itu saat ini eksistensi jamu tradisional sangat jarang ditemukan di lingkungan sekitar. Dikutip dari databoks (Annur, 2022) minuman modern telah digemari oleh dengan jumlah presentase anak-anak hingga remaja sebesar 45% dan dewasa sebesar 42%.

Dari data tersebut ternyata tidak semua orang mengkonsumsi minuman modern. Hal tersebut dibuktikan dari *pra-survey* yang telah dilakukan kepada 30 responden menyatakan bahwa mereka tetap berminat dengan jamu tradisional dengan besaran 89,7% walaupun maraknya minuman modern di lingkungan sekitar. Selain itu dari hasil wawancara kepada masyarakat yang ditemui mereka mengatakan lebih memilih jamu tradisional karena faktor kesehatan, dimana minuman tersebut memberikan kontribusi yang baik untuk tubuh. Selain itu adanya beberapa faktor pendorong lainnya yang menyebabkan mereka masih tetap berminat dengan jamu tradisional.

Faktor pertama adalah gaya hidup, tak ayal menurut mereka jamu tradisional sangat sesuai dengan gaya hidup di era saat ini, sebagian besar dari mereka mengkonsumsi jamu karena kepentingan kesehatan, hal tersebut sesuai dengan manfaat ataupun khasiat yang ada di dalam jamu tradisional. Faktor lainnya adalah cita rasa, walaupun masih ada persepsi masyarakat yang mengatakan bahwa jamu itu rasanya pahit, namun tidak bagi mereka yang pecinta jamu, karena menurut mereka jamu mempunyai rasa yang sangat enak dan segar untuk dikonsumsi. Sehingga mereka berminat untuk membeli minuman tersebut. Faktor ketiga adalah

kepercayaan, kembali lagi bahwasanya jamu tradisional dipercaya oleh masyarakat karena manfaatnya yang baik untuk tubuh, sehingga ketertarikan mereka terhadap minuman ini meningkat.

Seperti yang kita tau, banyak di lingkungan sekitar dijumpai jenis merek jamu tradisional yang dipasarkan baik secara langsung kepada konsumen salah satunya adalah jamu tradisional suwegerr. Minuman herbal ini diolah langsung oleh Ibu Mety. Pemilik sendiri mengolah jamu suwegerr sendiri di *home industry* yang terletak di desa keboansikep. Saat ini Pemasaran jamu tradisional suwegerr sendiri hanya mengandalkan konsumen datang langsung ke *home industry* serta produk dititipkan ke toko kelontong terdekat. Selain itu berbagai variasi produk yang dijual mulai dari sinom, beras kencur, kunyit asam, serta jamu atas permintaan konsumen (Ritonga et al., 2022).

Jika dilihat dari data pra *survey* sebelumnya kepada 30 responden menyatakan bahwa mereka berminat untuk membeli jamu tradisional walaupun ditengah maraknya minuman modern. Oleh karena itu, dari data tersebut peneliti ingin meneliti lebih lanjut dengan menjangkau lebih luas kembali kepada masyarakat di Kabupaten Sidoarjo khususnya di wilayah Kecamatan Gedangan dan Sedati apakah mereka juga berminat untuk membeli produk jamu tradisional suwegerr sebagai contoh mereka.

Selain itu adanya faktor pendorong lainnya yang menyebabkan masyarakat berminat terhadap jamu tradisional seperti gaya hidup, cita rasa dan kepercayaan merek. Sehingga peneliti mengambil judul **“Pengaruh Gaya Hidup, Cita Rasa dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Jamu Suwegerr Ibu Mety di Kabupaten Sidoarjo”**. Penelitian ini nantinya bertujuan untuk melihat apakah Gaya Hidup, Cita Rasa dan Kepercayaan Merek mempunyai pengaruh terhadap Minat Beli Jamu Suwegerr Ibu Mety.

2. METODE

Peneliti menggunakan metode kuantitatif pada penelitiannya. Menurut Jaya (2020) metode ini nantinya akan berupa data atau angka yang penggunaannya secara terukur, sistematis, serta jelas mulai dari awal hingga akhir penelitian. Selain itu penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif, dimana untuk mengetahui besar kontribusi pengaruh atau hubungan antar variabel X terhadap variabel Y. Masyarakat yang pernah mencoba atau mengkonsumsi jamu tradisional di Kabupaten Sidoarjo khususnya di Wilayah Kecamatan Gedangan dan Sedati menjadi populasi peneliti.

Penentuan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan *convenience sampling*. Menurut Darmawan (2019) metode *convenience sampling* merupakan teknik

penentuan sampel yang bisa dilakukan oleh peneliti dengan berdasarkan kebetulan saja, anggota populasi yang ditemui peneliti dan bersedia untuk menjadi responden serta dijadikan sampel, dimana sampel yang dipilih secara kebetulan yang ditemui oleh peneliti yaitu sejumlah seratus responden (Lubis & Ritonga, 2023). Teknik pengambilan data menggunakan kuisioner sebagai alat instrumen yang nantinya akan dilakukan pengujian apakah instrumen tersebut valid atau tidak, kemudian untuk pengujian data peneliti menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik (linearitas, normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, koefisiensi diterminasi (R^2), serta uji hipotesis (uji parsial dan uji simultan) (Lubis, 2023).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan merupakan informasi yang berisikan tentang temuan-temuan yang telah dilakukan oleh peneliti secara langsung di lapangan kepada para responden untuk melihat apakah hipotesis diterima atau ditolak dengan beberapa uji yang dilakukan. Berikut adalah hasil dan yang telah didapatkan dari peneliti saat melakukan penelitian di lapangan, sebagai berikut:

1. Hasil

a. Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan oleh peneliti untuk menganalisis apakah alat instrumen yang dipakai valid atau tidak. Dalam pengambilan keputusannya dinyatakan valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Peneliti telah menyajikan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa seluruh indikator atau pernyataan valid, sebagai berikut:

Tabel 3.1
Hasil Uji Validitas

Variabel		r hitung	r tabel	Kesimpulan
Gaya Hidup (X1)	P1	0,607	0,361	Valid
	P2	0,859		Valid
	P3	0,736		Valid
	P4	0,827		Valid
	P5	0,664		Valid
	P6	0,808		Valid
	P7	0,539		Valid
	P8	0,820		Valid
	P9	0,522		Valid
Cita Rasa (X2)	P10	0,809	0,361	Valid
	P11	0,571		Valid
	P12	0,861		Valid
	P13	0,868		Valid
	P14	0,757		Valid
	P15	0,590		Valid
	P16	0,745		Valid
	P17	0,626		Valid

	P18	0,725		Valid
Kepercayaan Merek (X3)	P19	0,624	0,361	Valid
	P20	0,818		Valid
	P21	0,830		Valid
	P22	0,762		Valid
	P23	0,697		Valid
	P24	0,525		Valid
	P25	0,649		Valid
	P26	0,749		Valid
	P27	0,708		Valid

Variabel		r _{hitung}	r _{tabel}	Kesimpulan
Minat Beli (Y)	P28	0,591	0,361	Valid
	P2	0,847		Valid
	P3	0,518		Valid
	P4	0,780		Valid
	P5	0,840		Valid
	P6	0,669		Valid

Sumber: Isian Kuisioner Diolah, 2024

b. Uji Reliabilitas

Ketika pengujian validitas selesai, maka pengujian berikutnya yakni uji reliabilitas. pengambilan keputusannya sendiri dinyatakan reliabel jika *cronbach's alpha* > 0,600 dan dikatakan tidak reliabel jika *Cronbach's Alpha* < 0,600. Jika dilihat dari hasil uji reliabilitas menunjukkan data telah reliabel keseluruhannya, sebagai berikut:

Tabel 3.2

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Ambang Batas	Keterangan
Gaya Hidup (X1)	0,881	0,600	Reliabel
Cita Rasa (X2)	0,886		
Kepercayaan Merek (X3)	0,873		
Minat Beli (Y)	0,811		

Sumber: Data Olahan SPSS 25, 2024

c. Uji Linearitas

Jika *Deviation from Linearity* nilai Sig lebih besar dari 0,05 maka data uji linearitas sudah terpenuhi. Hasil menunjukkan bahwa *Deviation from Linearity* nilai sig dari penelitian ini lebih besar dari 0,05 sebagai berikut:

Tabel 3.3

Hasil Uji Linearitas

Variabel	Nilai Sig		Kesimpulan
Gaya Hidup (X1)	0,362		
Cita Rasa (X2)	0,249	0,05	Linear
Kepercayaan Merek (X3)	0,171		

Sumber: Data Olahan SPSS 25, 2024

d. Uji Normalitas

Peneliti menggunakan pengujian *Kolmogrov - Smirnov* untuk menentukan data terdistribusi dengan normal atau tidak. Jika dilihat dari hasil uji normalitas menunjukkan data keseluruhan dinyatakan normal seperti di bawah ini :

Tabel 3.4

Hasil Uji Normalitas

Variabel	Asymp. Sig		Kesimpulan
Gaya Hidup (X1)			
Cita Rasa (X2)	0,200	0,05	Normal
Kepercayaan Merek (X3)			

Sumber : Data Olahan SPSS 25, 2024

e. Uji Multikolinearitas

Seorang peneliti dapat melakukan uji multikolinearitas dengan melihat VIF dan *Tolerance*, jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 serta nilai *Variance Inflation Factor* (VIP) lebih kecil 10,00. Sehingga data peneliti menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas tampak di bawah ini:

Tabel 3.5

Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>		VIF		Kesimpulan
Gaya Hidup (X1)	0,950		1,053		
Cita Rasa (X2)	0,986	0,10	1,015	10,00	Tidak terjadi Multikolinearitas
Kepercayaan Merek (X3)	0,963		1,038		

Sumber: Data Olahan SPSS 25, 2024

f. Uji Heteroskedastisitas

Peneliti menggunakan metode *glejser* guna menganalisis apakah data terjadi heteroskedastisitas atau tidak, Jika nilai sig > 0,05 tidak terjadi heteroskedastisitas, sama halnya dalam penelitian ini yang menunjukkan bahwa nilai sig lebih besar dari 0,05 artinya tidak terjadi heteroskedastisitas, sebagai berikut:

Tabel 3.6

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai. Sig		Kesimpulan
Gaya Hidup (X1)	0,695		
Cita Rasa (X2)	0,126	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Kepercayaan Merek (X3)	0,254		
------------------------	-------	--	--

Sumber : Data Olahan SPSS 25, 2024

Jika dilihat dari keseluruhan uji asumsi klasik yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat diambil kesimpulan bahwa data yang melewati uji asumsi klasik mulai dari linearitas, normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas semuanya normal dan dapat dilanjutkan tahap uji selanjutnya yaitu analisis regresi linear berganda serta uji hipotesis, sebagai berikut:

g. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini merupakan sebuah teknik yang diaplikasikan oleh para peneliti guna untuk melihat kedekatan antara hubungan sebab akibat dengan antar variabel data (Mega, 2022). Oleh karena itu peneliti telah menyajikan hasil analisis regresi linear sebagaimana yang ada di bawah ini :

Tabel 3.7

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

No	Variabel	Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	- 2,259	3,672
2	Gaya Hidup (X1)	0,488	0,062
3	Cita Rasa (X2)	0,155	0,061
4	Kepercayaan Merek (X3)	0,117	0,032

Sumber: Data Olahan SPSS 25, 2024

Berdasarkan hasil yang telah didapatkan, maka hasil tersebut dapat di ubah menjadi persamaan linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = - 2,259 + 0,488 + 0,155 + 0,117$$

Persamaan regresi linear berganda tersebut dapat di interpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien (a) sebesar – 2,259, dimana menunjukkan jika variabel Gaya Hidup (X1), Cita Rasa (X2) dan Kepercayaan Merek (X3) bernilai 0 maka minat beli akan terjadi penurunan sebesar – 2,259.
2. b1 = Nilai koefisien regresi untuk variabel Gaya Hidup (X1) adalah 0,488 artinya jika nilai variabel Gaya Hidup (X1) mengalami kenaikan 1 (satuan) maka Minat Beli (Y) akan terjadi peningkatan sebesar 0,488.
3. b2 = Nilai koefisien regresi untuk variabel Cita Rasa (X2) adalah 0,155 artinya jika nilai variabel Cita Rasa (X2) mengalami kenaikan 1 (satuan) maka Minat Beli (Y) akan terjadi peningkatan sebesar 0,155.

4. b_3 = Nilai koefisien regresi untuk variabel Kepercayaan Merek (X3) adalah 0,177 artinya jika nilai variabel Kepercayaan Merek (X3) mengalami kenaikan 1 (satuan) maka Minat Beli (Y) akan terjadi peningkatan sebesar 0,177.

2. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (uji t)

Uji ini digunakan oleh peneliti guna mengetahui secara mendalam apakah model regresi variabel Gaya Hidup, Cita Rasa, dan Kepercayaan Merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat Beli. Dalam hal ini juga menguji apakah hipotesis diterima atau ditolak secara parsial, sebagai berikut:

Tabel 3.8
Hasil Uji Parsial (uji t)

No	Variabel	Unstandardized Coefficients	
		t	Sig
1	Gaya Hidup (X1)	7,827	0,000
2	Cita Rasa (X2)	2,552	0,012
3	Kepercayaan Merek (X3)	3,624	0,000

Sumber: Data Olahan SPSS 25, 2024

Pengambilan keputusan untuk uji hipotesis sendiri dilihat dari segi nilai t hitung dan nilai Sig, dimana jika nilai t hitung $>$ t tabel, maka hipotesis diterima serta jika nilai Sig $<$ 0,05 maka hipotesis juga diterima, seperti yang telah dijelaskan oleh peneliti di bawah ini:

b. Hipotesis

1. Gaya Hidup mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Jamu Suwegerr Ibu Mety di Kabupaten Sidoarjo, dimana $7,827 > 1,985$ dan nilai Sig $<$ 0,05. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Cita Rasa mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Jamu Suwegerr Ibu Mety di Kabupaten Sidoarjo dengan nilai t hitung $>$ t tabel (1,985) dan nilai Sig $<$ 0,05. Artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. Selain itu Kepercayaan Merek juga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Jamu Suwegerr ibu Mety di Kabupaten Sidoarjo dengan nilai t hitung $>$ t tabel (1,985) dan nilai Sig $<$ 0,05, dimana H_0 ditolak dan H_a diterima.

c. Uji Simultan (uji f)

Uji simultan sendiri bertujuan untuk melihat tingkat signifikan dari bentuk pengaruh variabel secara bersama-sama antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebagaimana hasil dari uji yang telah dilakukan nampak pada tabel berikut:

Tabel 3.9

Hasil Uji Simultan (uji f)

No	Variabel	F	Sig
1	Gaya Hidup (X1)		
2	Cita Rasa (X2)	22,943	0,000
3	Kepercayaan Merek (X3)		

Sumber: Data Olahan SPSS 25, 2024

Nampak pada hasil uji simultan (uji f) yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup, Cita Rasa dan Kepercayaan Merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Jamu Suwegerr Ibu Mety di Kabupaten Sidoarjo, dimana untuk nilai f sebesar $22,943 > 2,70$ serta nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$

d. Koefisiensi Diterminasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²) adalah suatu pengukuran mengenai seberapa besar atau kontribusi kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen (Y). Disamping untuk menganalisis besaran kontribusi variabel X terhadap perubahan variabel Y dapat juga digunakan oleh peneliti untuk melihat kelayakan model regresi apakah kecil, moderat, atau kuat. Sehingga peneliti dapat menyajikan hasil dari koefisiensi diterminasi yang telah dilakukan oleh peneliti sebagai berikut :

Tabel 3.10

Hasil Koefisiensi Diterminasi (R²)

Variabel	R Square
Gaya Hidup (X1)	
Cita Rasa (X2)	0,418
Kepercayaan Merek (X3)	

Sumber: Data Olahan SPSS 25, 2024

Hasil R Square menunjukkan nilai kontribusi variabel Gaya Hidup (X₁), Cita Rasa (X₂) dan Kepercayaan Merek (X₃) terhadap variabel Minat Beli (Y) sebesar 41,8%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup, Cita Rasa dan Kepercayaan Merek yang diteliti oleh peneliti tergolong moderat atau sedang terhadap variabel Minat Beli, sedangkan sisanya sebesar 58,2% dipengaruhi oleh variabel lainnya seperti Desain Produk, Inovasi Produk, Kualitas Produk, Daya Tarik Produk dan *Customer Value*.

e. PEMBAHASAN

1. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli

Berdasarkan data di lapangan menunjukkan bahwa masyarakat yang ada di Kabupaten Sidoarjo khususnya di wilayah Kecamatan Gedangan dan Sedati mengatakan walaupun di era modernisasi saat ini banyak minuman modern yang tersebar, namun mereka lebih memilih

minuman yang memiliki kandungan atau manfaat yang baik untuk mereka salah satunya adalah jamu tradisional. Selain itu sebagaimana dari mereka ternyata saat di rumah juga mengolah jamu tradisional dengan bahan racikan mereka sendiri, sehingga ketika peneliti menanyakan terkait apakah mengkonsumsi jamu tradisional suwegerr sesuai dengan gaya hidup mereka dan jawabannya adalah setuju. Hasil analisis menunjukkan terdapat pengaruh yang kuat dari variabel Gaya Hidup. Hal tersebut dapat dibuktikan dari analisis deskriptif, dimana dari seluruh indikator jawaban yang mempunyai nilai rata-rata paling tertinggi terletak pada indikator “minat” tentang “saya berminat dengan jamu tradisional suwegerr karena mempunyai beragam manfaat yang baik bagi tubuh”.

2. Pengaruh Cita Rasa Terhadap Minat Beli

Cita rasa yang enak dan segar membuat konsumen berminat untuk membeli produk jamu tradisional. Rasa yang dimiliki oleh jamu tradisional sangat bervariasi terdapat yang manis dan juga terdapat yang pahit, sehingga dari variasi rasa tersebut semuanya tergantung dari minat masyarakat tersebut. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil wawancara sebelumnya kepada responden yang ditemui bahwasanya sebagian besar responden mengatakan jika rasa dari jamu tradisional sendiri sangat unik dibandingkan dengan minuman lainnya, arti unik disini adalah adanya rasa jamu tradisional yang manis, pahit dan juga asa campuran yaitu manis dan pahit, walaupun begitu mereka masih tetap mengkonsumsinya karena rasanya yang segar dan bermanfaat bagi tubuh. Hasil analisis deskriptif, jawaban yang mempunyai rata-rata paling tertinggi terletak pada indikator “rasa”, dimana untuk item pertanyaan terletak pada nomor sembilan yaitu “rasa yang ada di dalam jamu tradisional suwegerr sangat unik dibandingkan dengan minuman lainnya”. Pernyataan tersebut mempunyai arti bahwasanya Cita Rasa pada indikator “rasa” memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat beli.

3. Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli

Pada dasarnya kepercayaan merek memiliki peran yang sangat penting dalam memengaruhi konsumen apakah mereka berminat untuk membeli produk yang di lihatnya. Jamu tradisional suwegerr yang dilihat oleh responden bahwasanya mereka mengatakan menjadi salah satu produk yang baik terjaga keamanannya dan harus tetap terjaga ke depannya. Bukan hanya itu saja terdapat beberapa faktor mengapa masyarakat yang ada di Kabupaten Sidoarjo khususnya di Kecamatan Gedangan dan Sedati sangat berminat dengan produk jamu tradisional suwegerr khususnya dari kepercayaan merek, dimana tampilan yang ada pada produk jamu tradisional suwegerr sendiri yang menggunakan bahan-bahan alami, sehingga

mereka percaya akan merek tersebut dan berminat untuk melakukan proses pembelian. Saat melakukan proses wawancara kecil dengan responden ternyata mereka sangat berminat untuk membeli produk tersebut dan akan memesan disuatu hari nanti jika dibutuhkan. Hal tersebut diperkuat dengan hasil jawaban responden yang mempunyai nilai rata-rata tertinggi terletak pada indikator “aura”, dimana untuk item pertanyaan terletak pada nomor dua yaitu “kemasan jamu tradisional suwegerr yang dilengkapi dengan segel memberikan kepercayaan bahwa produk belum terbuka atau terkontaminasi sejak diproduksi”

4. Pengaruh Gaya Hidup, Cita Rasa dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli

Pada dasarnya dari penelitian tersebut jamu tradisional masih diminati oleh masyarakat di Kabupaten Sidoarjo khususnya di wilayah Kecamatan Gedangan dan Sedati dengan usia 30 tahun ke atas. Hal tersebut dibuktikan bahwasanya dari hasil penemuan di lapangan mereka sangat menyukai jamu tradisional bukan hanya dari segi rasa saja, namun minuman tradisional yang satu ini sangat sesuai dengan gaya hidup mereka saat ini. Selain itu kandungan atau manfaat yang ada di dalam jamu tradisional suwegerr membuat mereka percaya akan produk tersebut sebagai bahan pengobatan alternatif. Kemanan dan kualitas juga menjadi salah satu faktor terpenting dalam minat beli masyarakat yang ada di Kecamatan Gedangan dan Sedati tersebut karena semakin kualitas dan kemanan terjaga mereka akan merasa percaya terhadap produk tersebut dan berminat untuk membelinya.

5. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Jika dilihat dari uji statistik, variabel Gaya Hidup mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Jamu Suwegerr. Hal ini didukung dari seluruh indikator jawaban responden dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu sangat setuju pada indikator “minat” yang menyatakan bahwa jamu tradisional mempunyai beragam manfaat yang baik bagi tubuh. Artinya semakin besar manfaat yang diberikan oleh jamu tradisional, maka gaya hidup masyarakat yang mengutamakan kesehatan akan semakin sesuai dan berminat untuk membelinya.

Selain itu untuk variabel Cita Rasa juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Jamu Tradisional, dimana didukung dari seluruh indikator jawaban responden yang mempunyai nilai rata-rata tertinggi yaitu setuju pada indikator “rasa” yang menyatakan bahwa rasa yang ada di dalam jamu tradisional suwegerr sangat unik dibandingkan dengan minuman lainnya. Artinya keunikan rasa yang ada di dalam jamu tradisional akan meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk tersebut.

Sama halnya dengan variabel Kepercayaan Merek menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Jamu Tradisional dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu setuju pada indikator “aura” tentang kemasan jamu tradisional suwegerr yang dilengkapi dengan segel memberikan kepercayaan bahwa produk belum terbuka atau terkontaminasi sejak diproduksi. Artinya jika keamanan produk terjaga dengan baik, maka konsumen akan merasa percaya dan berminat untuk membeli jamu tradisional.

Kemudian dari variabel Gaya Hidup, Cita Rasa dan Kepercayaan Merek secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Jamu Suwegerr Ibu Mety di Kabupaten Sidoarjo. Artinya ketika konsumen merasakan bahwa gaya hidup mereka cocok dengan penggunaan jamu tradisional, kemudian rasa dari jamu tersebut enak dan segar saat di konsumsi, serta mereka mempercayai merek jamu tersebut, maka minat beli terhadap jamu tradisional akan meningkat secara signifikan.

A. Rekomendasi

1. Bagi Pemilik Jamu Suwegerr

- a. Jamu tradisional Suwegerr diharapkan mampu menjangkau lebih luas kembali kepada masyarakat yang menyukai aktivitas olahraga. Caranya adalah menambahkan inovasi berupa variasi produk dengan mencampurkan bahan yang berguna sebagai peningkatan stamina tubuh dan pemulihan otot. Misalnya jahe dengan kunyit karena kedua bahan tersebut memiliki khasiat yang bisa membantu dalam pemulihan otot setelah berolahraga serta menambah stamina kembali. Selain itu, dalam penggunaan rempah-rempah alami juga terus dipertahankan oleh pemilik jamu tradisional Suwegerr guna memberikan ragam manfaat yang baik bagi tubuh konsumen sehingga dapat membantu pemilik untuk mendapatkan pesan positif dari mereka.
- b. Pemilik jamu tradisional Suwegerr mampu memperbaiki kembali tekstur dari jamu itu sendiri dengan cara membuat jamu tradisional suweger yang agak sedikit kental, sehingga calon konsumen akan merasa tertarik untuk membelinya. Selain itu, pemilik juga dapat mempertahankan rasa yang unik dari jamu tradisional Suwegerr seperti rasa asam, pahit, manis dan segar, dimana campuran rasa tersebut sesuai dengan selera konsumen dibandingkan dengan minuman lainnya seperti minuman modern.
- c. Pemilik jamu tradisional Suwegerr diharapkan mampu memberikan rasa kepercayaan kepada konsumen jika jamu tersebut menggunakan bahan-bahan alami dan berkualitas dengan cara memberikan labelisasi berupa komposisi bahan-bahan yang digunakan dalam proses pembuatan jamu tradisional Suwegerr, sehingga konsumen akan merasa percaya jika jamu tradisional Suwegerr memang benar menggunakan bahan-bahan

alami dan berkualitas. Kemudian pemilik juga dapat mempertahankan konsistensinya dalam menggunakan sagel pada kemasan agar konsumen akan merasa yakin dan berminat untuk membeli produk tersebut.

- d. Pemilik jamu tradisional Suwegerr juga bisa terus memperluas pemasarannya karena banyak dari masyarakat yang tertarik untuk membeli produk tersebut, sehingga peneliti dapat menyarankan agar pemilik jamu tradisional Suwegerr memasarkan tidak hanya secara langsung saja, namun bisa dilakukan secara *online* melalui marketplace atau media sosial. Semakin luas pemasarannya, maka konsumen akan mendapatkan informasi yang lebih tentang produk tersebut dan berminat untuk membelinya.
- e. Secara tampilan rekomendasi yang dapat diberikan kepada pemilik jamu tradisional Suwegerr adalah dengan membuat label jamu yang seimbang baik dari segi font ataupun gambar, dimana lebih menonjolkan tulisan jamu suwegerr agar menjadi pembeda dengan produk jamu tradisional lainnya. Selain itu semua tulisan yang ada di label juga lebih diperbesar kembali agar calon konsumen tau akan informasi produk tersebut.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Adapun rekomendasi atau saran yang dapat diberikan kepada peneliti selanjutnya yakni yang pertama diharapkan bisa memperluas atau mengembangkan penelitian ini dengan mengidentifikasi variabel lainnya yang dapat mempengaruhi minat beli jamu tradisional Suwegerr seperti Desain Produk, Inovasi Produk, Kualitas Produk, Daya Tarik Produk dan *Customer Value* serta yang kedua peneliti selanjutnya juga dapat mengembangkan populasi serta sampel yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2022). Konsumen Minuman Kekinian Paling Banyak dari Generasi Milenial. Databoks.
- Darmawan, D. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata. In Anak Hebat Indonesia. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Lubis, Y. W. (2023). Pembentukan Karakter Unggul: Analisis Optimalisasi Pendidikan Melalui Organisasi Siswa Intra Madrasah (OSIM) Di MAN 2 Deli Serdang. *Bersatu: Jurnal Pendidikan Bhinneka Tunggal Ika*, 2(1), 274-282. <https://doi.org/10.51903/bersatu.v2i1.554>
- Lubis, Y., & Ritonga, A. (2023). Mobilization School Program: Implementation of Islamic Religious Education Teacher Preparation in Elementary Schools. *Jurnal At-Tarbiyat : Jurnal Pendidikan Islam*, 6(1). <https://doi.org/10.37758/jat.v6i1.632>

- Mega, B. (2022). Analisis Regresi: Fungsi, Jenis, dan Rumus. Kompas.com.
- Murdopo. (2014). Obat Herbal Tradisional. Jakarta: Kementrian Perdagangan Republik Indonesia.
- Nurmayasari, A., & Mu'tamar, M. F. F. (2018). Strategi Pengembangan Agroindustri Jamu di Jawa Timur. *Jurnal Teknologi Industri & Hasil Pertanian*, 23(2), 57.
- 7
Permata, R. W. (2017). Eksistensi Jamu Tradisional Dalam Perspektif Sosiologi Komunikasi (Studi Fenomenologi Eksistensi Jamu Tradisional Di Dusun Sukoharjo, Condongcatur, Sleman, Yogyakarta Periode April-Juli 2017). Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
- 1
Ritonga, A. A., Lubis, Y. W., Masitha, S., & Harahap, C. P. (2022). Program Sekolah Penggerak Sebagai Inovasi Meningkatkan Kualitas Pendidikan di SD Negeri 104267 Pegajahan. *Jurnal Pendidikan*, 31(2), 195–206. <https://doi.org/10.32585/jp.v31i2.2637>

Pengaruh Gaya Hidup, Cita Rasa Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Jamu Suwegerr Ibu Mety di Kabupaten Sidoarjo

ORIGINALITY REPORT

11%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

10%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	journal.aripi.or.id Internet Source	2%
2	e-journal.poltek-kampar.ac.id Internet Source	2%
3	repository.ubb.ac.id Internet Source	2%
4	Submitted to University of Wollongong Student Paper	1%
5	Submitted to University of Mary Student Paper	1%
6	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	1%
7	jurnal.iainponorogo.ac.id Internet Source	1%
8	ejournal.upm.ac.id Internet Source	1%

9

journal.mediapublikasi.id

Internet Source

1 %

10

titiayem.staff.gunadarma.ac.id

Internet Source

1 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography Off

Pengaruh Gaya Hidup, Cita Rasa Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Jamu Suwegerr Ibu Mety di Kabupaten Sidoarjo

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

/0

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12

PAGE 13

PAGE 14