

**PERILAKU KONSUMSI JAMU INDONESIA
DALAM PERSPEKTIF *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR***

DISERTASI



Oleh:

SANDI LENANDI SOETRISNO LASMONO

**PROGRAM DOKTOR ILMU MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018**

**PERILAKU KONSUMSI JAMU INDONESIA
DALAM PERSPEKTIF *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR***

DISERTASI

Diajukan kepada
Universitas Katolik Widya Mandala
Untuk memenuhi persyaratan
Gelar DOKTOR



Oleh:

SANDI LENANDI SOETRISNO LASMONO

8131415003

**PROGRAM DOKTOR ILMU MANAJAMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2018**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa disertasi ini adalah tulisan saya sendiri dan tidak ada gagasan atau karya ilmiah siapapun yang saya ambil secara tidak jujur. Bahwa semua gagasan dan karya ilmiah yang saya kutip telah saya lakukan sejalan dengan etika dan kaidah penulisan ilmiah.

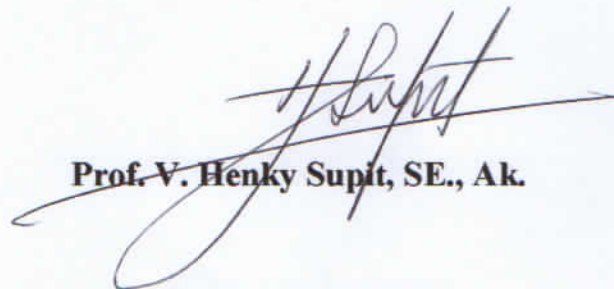
Surabaya, 23 AGUSTUS 2018



(Sandi Lenandi Soetrisno Lasmono-8131415003)

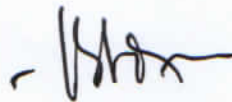
**NASKAH DISERTASI INI TELAH DISETUJUI
TANGGAL : 23 AGUSTUS 2018**

Promotor



Prof. V. Henky Supit, SE., Ak.

Ko Promotor



Dr. Margaretha Ardhanari, S.E., M.Si

**Menyetujui,
Ketua Program Doktor Ilmu Manajemen
Sekolah Pascasarjana Universitas Kotalik Widya Mandala**



Dr. Mudjilah Rahayu

LEMBAR PERSETUJUAN DISERTASI

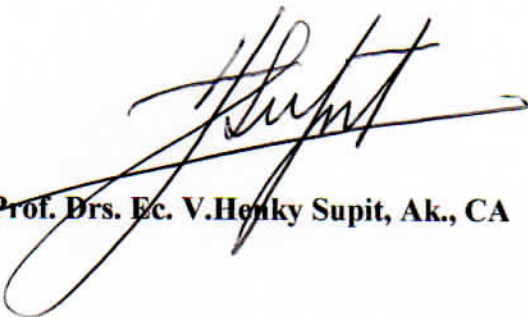
PERILAKU KONSUMSI JAMU INDONESIA DALAM PERSPEKTIF THEORY OF PLANNED BEHAVIOR

Oleh

Sandi Lenandi Soetrisno Lasmono

Promotor

Ko- Promotor



Prof. Drs. Ec. V. Henky Supit, Ak., CA

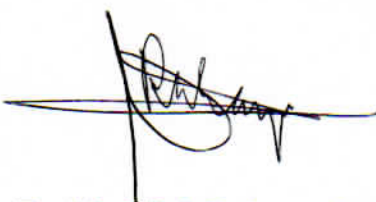


Dr. Margaretha Ardhanari, S.E., M.Si

Mengetahui

**Ketua Program Studi
Doktor Ilmu Manajemen
Sekolah Pasca Sarjana
Universitas Katolik Widya Mandala
Surabaya**

**Direktur Sekolah Pascasarjana
Universitas Katolik Widya Mandala
Surabaya**



Dr. Mudjilah Rahayu, S.E., M.M.



Prof. Dr. J. S. Ami Soewandi

LEMBAR PERSETUJUAN REVISI UJIAN TERBUKA

Pada Kamis, 23 Agustus 2018 telah diselenggarakan ujian Terbuka untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna mencapai Gelar Doktor Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya atas nama:

Nama : Sandi Lenandi Soetrisno Lasmono, S.T., M.M

NPM : 8131415003

Ujian Terbuka berjudul **“PERILAKU KONSUMSI JAMU INDONESIA DALAM PERSPEKTIF THEORY OF PLANNED BEHAVIOR”** oleh tim penguji yang terdiri dari:

Dewan Penguji :

Status

Tanda tangan

Prof. Dr. J. S. Ami Soewandi

, sebagai Ketua



Prof. V. Henky Supit, S.E., Ak. CA

, sebagai Promotor dan Anggota



Dr. Margaretha Ardhanari

, sebagai Ko- Promotor dan Anggota



Prof. Dr. H. Andi Sularso, M.M

, sebagai Anggota

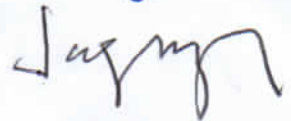


Prof. Drs. Ec. Budiman Christiananta, Ph.D , sebagai Anggota



Prof. Dr. Harijono

, sebagai Anggota



Prof. Dr. Soedjono Abipraja

, sebagai Anggota

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menggali dan mengkonstruksi sikap, norma-norma subyektif dan kesetiaan konsumen dalam perilaku konsumen jamu Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma interpretif dan menggunakan metode fenomenologi. *Theory of planned behavior* dan dimensi budaya digunakan sebagai alat untuk menganalisis data penelitian.

Sikap konsumen terhadap jamu tradisional Indonesia terbentuk dari kebiasaan yang diturunkan dari generasi ke generasi, budaya yang melekat pada konsep diri konsumen dan karakteristik produk yang terdiri atas desain produk, komposisi produk dan keamanan mengonsumsi produk tersebut. Nilai-nilai yang melekat pada sebuah kebudayaan memainkan peran penting dalam pembentukan sikap konsumen. Bagi konsumen jamu tradisional Indonesia, norma subjektif sangat berpengaruh terhadap pembentukan perilaku. Orang tua dan kolega menjadi individu yang mengenalkan jamu tradisional Indonesia melalui pemberian informasi/pengetahuan dan saran yang berkaitan dengan perilaku mengonsumsi jamu tradisional Indonesia. Pengetahuan orang tua mengenai khasiat-khasiat jamu tradisional Indonesia berperan penting dalam pemahaman generasi penerusnya terhadap jamu tradisional Indonesia.

Evaluasi positif mengenai jamu tradisional Indonesia dipengaruhi oleh *positif disconfirmation* yaitu perasaan puas terhadap sebuah perilaku yang telah dilakukannya dan kualitas produk dari jamu tradisional Indonesia yang memberikan khasiat terhadap konsumen. Perasaan puas disebabkan oleh terpenuhinya harapan-harapan dari konsumen setelah rutin mengonsumsi jamu tradisional Indonesia. Evaluasi positif terhadap perilaku mengonsumsi jamu menghasilkan kesetiaan konsumen yang ditandai dengan seringnya konsumen mengonsumsi jamu dan *preference behavior*. Konsep kesetiaan konsumen dibangun dari adanya sikap positif terhadap perilaku mengonsumsi jamu, norma subjektif yang memberikan keyakinan atas perilaku dan kepuasan terhadap penggunaan produk jamu. Preferensi konsumen jamu tradisional Indonesia terbentuk sejak dini dan terus dibawa dalam perilakunya hingga dewasa.

Hasil dari penelitian perilaku konsumen jamu Indonesia juga membagi konsumen menjadi tiga tipe yaitu (1) *consumer ethnocentricity* yaitu perilaku mengonsumsi jamu berdasarkan pada nilai-nilai dari budaya yang melekat pada pribadi konsumen, (2) *consumer acculturation* yaitu perilaku mengonsumsi jamu disebabkan adanya peluang untuk mempelajari budaya baru dan (3) *consumer vicarious* yaitu perilaku mengonsumsi berdasarkan pembelajaran sosial dari lingkungan terdekat konsumen seperti dari orang tua maupun kolega.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Fenomenologi, Jamu Indonesia.

ABSTRACT

This study aims to explore and construct attitudes, subjective norms and consumer loyalty in the behavior of Indonesian traditional herbal consumers. This research uses qualitative approach with interpretive paradigm and using phenomenology method. Theory of Planned Behavior and cultural dimensions are used as a tool for analyzing research data. Consumer attitudes towards Indonesian traditional herbs are formed from the habits passed down from generation to generation, the culture attached to the consumer's self-concept and the characteristics of product consists of product design, product composition and the safety of consuming the product. The values inherent in a culture play an important role in the formation of consumer attitudes. For the consumers of traditional Indonesian herbal medicine, subjective norms are very influential on the formation of behavior. Parents and colleagues become individuals who introduce traditional Indonesian herbal medicine through the provision of information/knowledge and advice relating to the consumption of traditional Indonesian herbal medicine. The knowledge of parents about the efficacy of traditional Indonesian herbal medicine plays an important role in understanding the next generation of traditional Indonesian herbal medicine.

Positive evaluation of Indonesian traditional herbal medicine are influenced by positive disconfirmation that is a feeling of satisfaction with a behavior that has been done and the quality of products from traditional Indonesian herbal medicine that provides efficacy to consumers. The feelings of satisfaction are caused by the fulfillment of expectations of consumers after routinely consuming the traditional Indonesian herbal medicine. Positive evaluation of the behavior of consuming medicine produces consumer loyalty marked by the consumers' frequency in consuming herbs and preference behavior. The concept of consumer loyalty is built from a positive attitude towards the behavior of consuming herbal medicine, subjective norms that provide beliefs in the behavior and satisfaction towards the use of herbal products. Consumer preferences Indonesian traditional herbal medicine formed from an early age and continues to be brought in their behavior until adulthood.

Results from the study of traditional herbal consumer behavior also divide the consumer into three types, namely (1) consumer ethnocentricity that is herbal consumption behavior based on the values of culture attached to consumer personal, (2) consumer acculturation that is the behavior of consuming herbal medicine due to the opportunity to learn new culture and (3) consumer vicarious that is consumption behavior based on social learning from nearest consumer environment, like parents or colleagues.

Keywords: Consumer Behavior, Phenomenology, Indonesian Herbalism.

RINGKASAN

Pola konsumsi hidup sehat merupakan sebuah kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat modern (Young, 2000). Upaya untuk menjaga kesehatan salah satunya adalah dengan mengonsumsi minuman ramuan herbal. Beberapa tahun belakangan ini terlihat adanya kecenderungan pandangan masyarakat untuk kembali ke alam, istilahnya *back to nature* (Warta Ekspor, 2014:2). Masyarakat telah mengenal jamu sebagai minuman ramuan herbal. Jamu atau obat tradisional adalah bahan atau ramuan bahan yang berupa bahan tumbuhan, bahan hewan, bahan mineral, sediaan sarian (galenik) atau campuran dari bahan tersebut, yang secara turun-temurun telah digunakan untuk pengobatan berdasarkan pengalaman sedangkan pengertian sediaan galenik yang selanjutnya disebut ekstrak adalah hasil ekstraksi simplisia yang berasal dari tumbuh-tumbuhan atau hewan. Kelompok produk-produk jamu terdapat logo dan tulisan “jamu” dalam kemasannya. Logo berupa “ranting daun terletak dalam lingkaran” dan ditempatkan pada bagian atas sebelah kiri dari wadah atau pembungkus atau brosur. Perusahaan jamu di Indonesia terdiri dari industri obat tradisional (IOT) dan industri kecil obat tradisional (IKOT). Perusahaan besar yang berada dalam industri obat tradisional (IOT) antara lain PT. Jamu Iboe Jaya, PT. Sidomuncul, PT. Nyonya Meneer, PT. Jamu Jago, PT. Air Mancur, PT. Industri Jamu Borobudur, PT. Dami Sariwana, PT. Mustika Ratu Tbk, PT. Martina Berto Tbk.

Perkembangan perusahaan industri obat tradisional didukung oleh potensi tanaman obat, kosmetik dan aromatik (KINA, 2014:3). Indonesia mempunyai iklim tropis sehingga memiliki banyak tanaman yang dapat dijadikan bahan dasar untuk obat tradisional. Jamu adalah obat tradisional Indonesia yang telah menjadi

budaya masyarakat Indonesia sebagai usaha untuk menjaga kesehatan, menambah kebugaran dan merawat kecantikan. Jamu mempunyai peluang besar dengan adanya kekayaan keanekaragaman hayati. Indonesia dikenal secara luas sebagai mega center keanekaragaman hayati (*biodiversity*) terbesar ke-2 di dunia setelah Brazil, terdiri dari tumbuhan tropis dan biota laut.

Dukungan dari sumber daya alam Indonesia yang begitu luar biasa ternyata masih belum membuat jamu mudah dikenal oleh masyarakat Indonesia, kurangnya tingkat pengetahuan dan kesadaran masyarakat Indonesia mengenai produk jamu menyebabkan terhambatnya konsumsi jamu. Bahkan, dikalangan anak muda ada beberapa opini yang kurang menguntungkan mengenai jamu diantaranya yaitu 1) jamu sering kali diasumsikan sebagai minuman orang tua atau minuman kuno. 2) jamu menjadi kalah populer dengan minuman lainnya adalah karena rasanya yang pahit. 3) turunnya popularitas jamu dikarenakan terbatasnya akses untuk mendapatkan minuman kesehatan tersebut (www.cnnindonesia.com). Kesimpulan dari pendapat-pendapat tersebut bahwa minat masyarakat Indonesia terhadap produk jamu sendiri masih kurang karena berbagai alasan yang telah dijelaskan. Kurangnya Minat masyarakat dalam mengkonsumsi jamu tidak hanya dari tingkat pengetahuan dan kesadaran masyarakat Indonesia mengenai produk jamu yang rendah tetapi keberadaan jamu juga menghadapi persaingan yang sangat keras dari pelaku industri farmasi yang terus mengalami ekspansi bisnis. Gencarnya ekspansi bisnis dari pelaku usaha obat modern meningkatkan pola konsumsi penggunaan obat modern tersebut.

Perilaku individu merupakan cerminan dari berbagai variabel seperti motif, nilai, sifat, kepribadian dan sikap yang saling berinteraksi satu sama lain

dan kemudian berinteraksi pula dengan faktor-faktor latar belakang seperti pendidikan, etnis, pendapatan, pengalaman dan ekspos media dalam menentukan perilaku. Salah satu teori yang mampu memahami dan menjelaskan perilaku individu adalah *theory of planned behavior*. Inti dari *theory of planned behavior* adalah 1) bahwa manusia umumnya melakukan sesuatu dengan cara-cara yang masuk akal, 2) bahwa manusia mempertimbangkan semua informasi yang ada dan 3) bahwa secara eksplisit maupun implisit manusia memperhitungkan implikasi dari tindakan mereka. Dalam *theory of planned behavior* keyakinan-keyakinan berpengaruh pada sikap terhadap perilaku, pada norma-norma subyektif dan pada kontrol perilaku yang dihayati. Ketiga komponen ini berinteraksi dan menjadi determinan bagi intensi yang pada gilirannya akan menjadi pertimbangan dalam mewujudkan sebuah perilaku. Sikap terhadap suatu perilaku dipengaruhi oleh keyakinan bahwa perilaku tersebut akan membawa hasil yang diinginkan atau tidak diinginkan. Keyakinan mengenai perilaku yang bersikap normatif (yang diharapkan oleh orang lain) dan motivasi untuk bertindak sesuai dengan harapan normatif tersebut membentuk norma subjektif dalam diri individu. Kontrol perilaku ditentukan oleh pengalaman masa lalu dan perkiraan individu mengenai seberapa sulit atau mudahnya untuk melakukan perilaku yang diinginkan. Kontrol perilaku ini sangat penting artinya ketika rasa percaya diri seseorang sedang berada dalam kondisi yang lemah.

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif. Paradigma interpretif dimulai dengan melihat sebuah fenomena yang terjadi dalam usaha untuk menemukan penjelasan mengenai peristiwa-peristiwa sosial yang berdasarkan pengalaman dari obyek penelitian. Desain Penelitian fenomenologi didefinisikan

sebagai sebuah pendekatan perspektif psikologikal metodologi kualitatif yang berfokus kepada pengalaman subjektif seseorang dan interpretasinya terhadap dunia social (Trochim dan Donnelly, 2008:143). Desain penelitian Fenomenologi yang berdasarkan kejadian pada dunia sosial mampu menjelaskan fenomena secara sosial dengan membangun obyek dan pengetahuan dari kejadian-kejadian yang ditemui dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian kualitatif tidak menentukan banyaknya jumlah *sampling* karena tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi yang dalam mengenai pengalaman konsumen jamu tradisional Indonesia. Informan kunci yang berpartisipasi dalam penelitian ini berjumlah enam orang.

Penelitian fenomenologi merupakan penelitian yang mampu menjelaskan *in-order-to motive* dan *because motive* dari pengalaman manusia sebagai dasar untuk menentukan perilaku. Berdasarkan jawaban informan atas pertanyaan-pertanyaan bagaimana awal mula mengenal jamu dan motivasi apa yang membuat jamu tradisional Indonesia dijadikan pilihan sebagai produk yang menjaga kesehatan maka dapat dilakukan pengkategorian dari motif-motif tersebut. pengkategorian tersebut membagi tiga konsumen jamu tradisional Indonesia yaitu konsumen etnosentris, konsumen akulturasi dan konsumen *vicarious*.

Konsumen etnosentrism mengacu pada kecenderungan seseorang untuk melihat kelompoknya sebagai pusat dari semesta dan secara absolut menerima serta menjalankan budaya-budaya yang dibawa oleh kelompoknya. Pada temuan penelitian ini terlihat bahwa informan konsumen jamu tradisional Indonesia merupakan konsumen intergenerasional. Intergenerasional disini menggambarkan bahwa perilaku mengkonsumsi jamu merupakan perilaku yang diturunkan dari

generasi ke generasi. Perilaku mengkonsumsi jamu yang diturunkan dapat diterima dan dijalankan dengan baik karena terdapat nilai-nilai budaya Jawa yang melekat dalam pribadi konsumen.

Konsumen jamu tradisional Indonesia tidak selalu mempunyai latar belakang budaya yang sama. Setiap konsumen membawa budaya yang melekat dalam dirinya. Fakta menyatakan bahwa budaya merupakan hal yang dipelajari yang berarti budaya tidak melekat langsung dalam gen biologis konsumen. Karena budaya merupakan hal yang dipelajari maka memberikan peluang bagi budaya lain untuk melekat pada diri sebuah individu. Peluang untuk mempelajari dan mengikuti sebuah kebudayaan yang baru bagi individu disebut dengan akulturasi. Pembelajaran perilaku adalah sebuah proses di mana pengalaman dengan lingkungan mengarah pada perubahan perilaku yang relatif permanen atau potensial untuk sebuah perubahan. Konsumen *vicarious* adalah konsumen yang melakukan proses pembelajaran sebelum melakukan perilaku. Beberapa konsumen jamu tradisional menyatakan bahwa mereka mengkonsumsi jamu karena mereka mengamati dan mempelajari perilaku orang tua mereka. Informan sering melihat orang tua maupun kolega menunjukkan perilaku mengkonsumsi jamu tradisional Indonesia. Perilaku yang ditunjukkan tersebut menjadi stimuli bagi informan untuk melakukan hal yang sama. Terlebih lagi, orang tua dan kolega tidak hanya menunjukkan perilaku tetapi ikut memberikan cerita-cerita maupun saran-saran untuk mengkonsumsi jamu tradisional Indonesia. Dari pembelajaran melalui pengamatan dan informasi yang diberikan oleh orang tua maupun kolega menimbulkan persepsi positif terhadap diri informan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa untuk semua berkat dan kemudahan untuk melalui proses studi doktoral dengan bantuan, cinta dan arahan dari keluarga dan teman selama menyelesaikan disertasi ini. Proses dalam menulis disertasi ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa bantuan, arahan dan semangat dari promotor dan ko-promotor, keluarga, teman dan banyak lagi. Maka dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang tulus dan tidak terhingga kepada:

1. Prof. V. Henky Supit, S.E., Ak selaku promotor pembimbing disertasi.
2. Dr. Margaretha Ardhanari, S.E., M. Si, selaku ko-promotor pembimbing disertasi.
3. Dr. Mudjilah Rahayu, selaku Ketua Program Studi Doktor Ilmu Manajemen Sekolah Pasca Sarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Orang tua yaitu Edie Soetrisno dan Nanik Endangwati.
5. Saudara tercinta yaitu Magdalena S.L., S.E., M.M.; Deni Lenandi S.L., S.Farm., M.M., Apt. dan Evi Lusiana, S.E.
6. Prof. Dr. J.S. Ami Soewandi, Apt. selaku direktur pasca sarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
7. Prof. V. Henky Supit, S.E., Ak.; Dr. Margaretha Ardhanari S.E., M. Si.; Prof. Drs. Ec. Budiman Christiananta, MA., Ph.D.; Prof. Dr. Soedjono Abipraja; Prof. Dr. H. Andi Sularso; Prof. Dr. H. Teman Koesmono, M.M.; Prof. Dr. Sri Wahyuni Astuti; Prof. Dr. H. Harijono dan Dr. Christina Esti Susanti, M.M., CPM (AP) selaku penguji disertasi.

8. Seluruh rekan-rekan mahasiswa pasca sarjana strata-3 Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yaitu Endo Wijaya Kartika, Agustinus Nugroho, Cynthia Priscillia Manuella, Haryanto Wiguna Kurnia, I Gede Arimbawa, Purnomohadi Sutedjo, Stefanus Sastra, Timothius Febry Christian Wahyu Sutrisno, Yanuar Dananjaya, Amelia dan Nuri Purwanto.
9. Seluruh rekan-rekan dosen pada Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yaitu Bu Fenika Wulani, Bu Diyah Tulipa, Bu Veronika, Bu Anita Lie, Bapak Edwi dan Bapak Antonius Yuniarto.
10. Penelitian dan pelatihan Metode Kualitatif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang, Khususnya Prof. Dr. Iwan Triyuwono dan Dr. Asfi Manzilati, SE., ME.
11. Reinske A.M., Lisa A.P., Chateline N., Diana P., Michelle M., Praisya K., Margareth G., Devi J., Ratnawati S., N.J. Yen., Suryani A.G., Jesslyn K., Juwita E., Agnes L., Angel F., Debora F., Chintya G., Ola R., Livia V., Nina B., Astari E., Laurent S., Nidya C., Arlene T., Kezia Z., Puspita N., Maria E., Dewi L., Valensia F.L., Santi R., Priska P., Tri M., Rita M., Tanti A., Finolita E., dan Novi A.
12. Semua pihak yang telah memberikan dukungan dan doa yang tidak bisa disebutkan satu per satu

Penulis mengucapkan terima kasih atas semua dukungan dalam bentuk doa, semangat, materi, dan lainnya dalam menyelesaikan disertasi ini, sehingga disertasi ini dapat terselesaikan.

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DISERTASI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN DISERTASI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
RINGKASAN	vii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah dan Fokus Penelitian	14
1.2.1. Permasalahan Penelitian	14

1.2.2 Fokus Penelitian	15
1.3. Tujuan Penelitian	15
1.4. Manfaat Penelitian	16
1.4.1 .Manfaat Akademis	16
1.4.2 Manfaat Praktis	16
BAB 2. KAJIAN PUSTAKA	17
2.1. Penelitian Terdahulu	17
2.2. Konsep Perilaku Konsumen	27
2.2.1. Sikap Konsumen	38
2.2.2. Pembentukan Sikap	39
2.2.3. Fungsi Sikap	40
2.2.4. Sikap Terhadap Obyek	42
2.2.5. <i>Theory of Reason Action</i>	43
2.2.6. <i>Theory of Planned Behavior</i>	46
2.2.7. Keputusan Pembelian Konsumen	49
2.3. Budaya	53
2.3.1. Unsur-unsur Budaya	56
2.3.2. Budaya dan Perilaku Konsumen	58

2.3.3. Definisi dan Klasifikasi Jamu Indonesia.....	61
2.4. <i>Theoritical Framework</i>	63
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	69
3.1. Kerangka Konseptual.....	69
3.2. Pendekatan dan Jenis Penelitian	70
3.3.Informan Penelitian.....	72
3.4.Lokasi Penelitian.....	75
3.5.PengumpulanData	76
3.6. Teknik Analisis Data	79
3.7. Kriteria Keabsahan Data	82
BAB 4. PAPARAN DATA DAN TEMUAN	85
4.1. Proses Pengumpulan Data	86
4.1.1.Proses Menemukan Informan	86
4.1.2.Informan Utama Penelitian	92
4.1.2.1.Mas LS	93
4.1.2.2.Mas ES	95
4.1.2.3.Mbak Shela	98
4.1.2.4.Mbak EB	101

4.1.2.5.Cece EL.....	103
4.1.2.6.Bapak AY.....	105
4.2. Keyakinan Kesehatan Konsumen Jamu Tradisional Indonesia.....	107
4.3. Sikap Konsumen Terhadap Jamu Tradisional Indonesia.....	115
4.4. Norma Subjektif Konsumen Jamu Tradisional Indonesia	134
4.5. Evaluasi Setelah Pembelian Jamu Tradisional Indonesia.....	146
4.6. Loyalitas Konsumen Terhadap Jamu Tradisional Indonesia.....	149
4.7. Proses Analisa Data dan Makna yang Dirumuskan.....	153
4.8. Reliabilitas dan Validitas Penelitian.....	158
BAB 5. PEMBAHASAN	163
5.1. Perilaku Konsumen Jamu Tradisional Indonesia	164
5.1.1.Faktor Latar Belakang Konsumen Jamu Tradisional Indonesia	168
5.1.2.Keyakinan Konsumen Terhadap Jamu Tradisional Indonesia.....	178
5.1.3.Sikap Konsumen Terhadap Jamu Tradisional Indonesia.....	184
5.1.4.Norma Subjektif Konsumen Jamu Tradisional Indonesia	192
5.1.5.Evaluasi Setelah Menkonsumsi Jamu Tradisional Indonesia	203
5.1.6.Loyalitas Konsumen Terhadap Jamu Tradisional Indonesia	206
5.2. Tipologi Konsumen Jamu Tradisional Indonesia	209

5.2.1.Konsumen Etnosentris	210
5.2.2. Konsumen Akulturasi.....	211
5.2.3. Konsumen Vicarious.....	212
5.3. keterbatasan Penelitian.....	213
BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN.....	214
6.1. Kesimpulan.....	214
6.2. Implikasi Penelitian	216
6.2.1.Implikasi Teoritis	216
6.2.2. Implikasi Praktis	217
6.4. Saran.....	218
DAFTAR PUSTAKA	220

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Model Sederhana Pengambilan Konsumen	30
2.2. Model Perilaku Konsumen	35
2.3. Hubungan Antara Variabel Stimulus, Intervening dan Respons	37
2.4. <i>Theory of Reason Action</i>	44
2.5. <i>Theory of Planned Behavior</i>	47
2.6. Proses Komunikasi Makna Budaya	58
2.7. Hubungan Nilai, Norma, Sanksi dan Pola Konsumsi	60
2.8. Kerangka Teoritis Perilaku Konsumen Jamu Tradisional Indonesia.....	68
3.1. Kerangka Konseptual	69
5.1. <i>Theory of Planned Behavior</i>	165
5.2. Model Perilaku Konsumen Jamu Tradisional Indonesia	167
5.3. Model Konstruksi Keyakinan Kesehatan Konsumen Jamu Indonesia	179
5.4. Model Konstruksi Sikap Konsumen Terhadap Jamu Indonesia.....	185
5.5. Model Konstruksi Norma Subjektif Konsumen Jamu Indonesia	197
5.6. Model Konstruksi Evaluasi Setelah Menonsumsi Jamu Indonesia	205
5.7. Model Konstruksi Loyalitas Konsumen Terhadap Jamu Indonesia	208

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.1	Persentase Penduduk yang Mengobati Sendiri Selama Sebulan Terakhir Menurut Provinsi dan Jenis Obat yang Digunakan Selama Tahun 2002-2014.....	5
2.1	Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang.....	26
3.1	Karakteristik Produk dan Informan Penelitian Jamu Tradisional Indonesia.....	75
4.1	Data Demografi Informan Utama.....	85

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kesiediaan Untuk Wawancara yang direkam	228
3. Toko jamu tradisional Indonesia	229
4. Formulir tanggapan Informan.....	230
5. Permohonan <i>Peer debriefing</i>	231
6. Analisa Hasil Temuan	232
7. Transkrip Informan.....	264