

Viqi Adlan Gassi. NIM 120321100056. Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Terhadap Jamu Madura Di Kabupaten Pamekasan. Dr. Teti Sugiarti, SP. M.Si.

ABSTRAK

Jamu merupakan obat tradisional bangsa Indonesia yang memiliki sejarah penting dan menjadi salah satu warisan budaya. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui perilaku konsumsi jamu Madura di Kabupaten Pamekasan, tingkat kepuasan konsumen jamu Madura di Kabupaten Pamekasan, tingkat loyalitas konsumen jamu Madura di Kabupaten Pamekasan dan pengembangan jamu Madura di Kabupaten Pamekasan. Sampel diambil dengan metode accidental sampling. Data analisis dengan metode diskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Konsumen lebih menyukai jamu dalam bentuk serbuk dari pada bentuk lainnya. Alasan konsumen meminum jamu terbanyak karena ingin menjaga kesehatan, dengan rata-rata frekuensi mengkonsumsi kurang dari 5 kali/bulan dengan tidak ada alokasi khusus pendapatannya untuk pembelian jamu Madura Konsumen sudah merasa puas terhadap produk jamu Madura dan khasiatnya yang melampaui keinginan dan harapan. Akan tetapi terjadi keragu-raguan pada kepuasan kemasan. Loyalitas konsumen masih belum cukup loyal, karena konsep piramida terbalik makin keatas makin melebar tidak terpenuhi. Oleh karena itu, Strategi pengembangan jamu Madura meliputi standarisasi mutu, kepraktisan bentuk produk, kandungan alami, sera informasi dan desain kemasan.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen dan Jamu Madura.

Viqi Adlan Gassi. NIM 120321100056. *Satisfaction and Customer Loyalty in Herbal Medicine Madura Pamekasan Regency*. Dr. Teti Sugiarti, SP. M.Si .

ABSTRACT

Herbal medicine is a traditional medicine of Indonesia which has an important history and became one of the cultural heritage. The purpose of this study was to determine the behavior of the consumption of herbs Madura in Pamekasan, Madura herbal medicine level of customer satisfaction in Pamekasan, Madura herbal medicine level of consumer loyalty in Pamekasan and development of herbal medicine in Pamekasan Madura. Samples were taken by accidental sampling method. Data analysis with descriptive method. The results showed that consumers prefer herbal medicine in powder form than in any other form. Most consumers drinking herbal reason for wanting to keep health, with an average frequency of consuming less than 5 times / month with no special allocation of income to purchase herbal medicine Madura Consumers are satisfied with the efficacy of herbal medicinal products Madura and that goes beyond the wishes and expectations. But of doubts on the packaging satisfaction. Consumer loyalty is still not sufficiently loyal, because the inverted pyramid concept has widened further above are not met. Therefore, herbal medicine Madura development strategy includes the standardization of quality, practicality shape of the product, a natural ingredient, as well as information and packaging design.

Keywords: Consumer Behavior and Herbal Medicine Madura.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	iv
Halaman Pernyataan Keaslian Karya Ilmiah.....	v
Biodata Penulis.....	vi
Halaman Persembahan.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRAC.....	ix
Kata Pengantar.....	x
Daftar Isi.....	xii
DAFTAR TABEL.....	5
DAFTAR GAMBAR.....	6
DAFTAR LAMPIRAN.....	7
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Batasan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Teori Perilaku Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Teori Kepuasan Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Loyalitas Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Bauran Pemasaran.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Jamu.....	Error! Bookmark not defined.
2.4 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
2.5 Kerangka Berpikir.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Metode Penentuan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.4 Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.5 Metode Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
4.1 Kondisi Geografis.....	Error! Bookmark not defined.
4.2 Kondisi Perekonomian.....	Error! Bookmark not defined.
4.3 Karakteristik Responden.....	Error! Bookmark not defined.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	Error! Bookmark not defined.
5.1 Perilaku Konsumsi Jamu	Error! Bookmark not defined.
5.2 Kepuasan Konsumen	Error! Bookmark not defined.
5.3 Analisis Loyalitas Konsumen	Error! Bookmark not defined.
5.4 Strategi Pengembangan Jamu Madura	Error! Bookmark not defined.
 BAB VI PENUTUP	Error! Bookmark not defined.
6.1 Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
6.2 Saran	Error! Bookmark not defined.
 DAFTAR PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Jamu dalam Kelompok Komoditi Indonesia	15
Tabel 3.1	Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen	21
Tabel 3.2	Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen	22
Tabel 3.3	Uji Validitas Variabel Pengembangan Jamu Madura	22
Tabel 3.4	Uji Reliabilitas Pengembangan Jamu Madura	23
Tabel 4.1	Luas Wilayah Kecamatan di Kabupaten Pamekasan.....	30
Tabel 4.2	Perkembangan PDRB Kabupaten Pamekasan (Rp. Juta)	31
Tabel 4.3	Banyaknya Sentra Industri, Unit Usaha dan Tenaga Kerja Di Kabupaten Pamekasan	32
Tabel 4.4	Daftar Merek Jamu yang Diproduksi Di Kabupaten Pamekasan	32
Tabel 4.5	Sebaran Karakteristik Konsumen Jamu Madura	35
Tabel 5.1	Sebaran Perilaku Konsumsi Konsumen Jamu Madura	36
Tabel 5.2	Sebaran Tingkat Kepuasan Konsumen Jamu Madura.....	37
Tabel 5.3	<i>Switcher Buyer</i>	39
Tabel 5.4	<i>Habitual Buyer</i>	40
Tabel 5.5	<i>Satisfied Buyer</i>	41
Tabel 5.6	<i>Liking The Brand</i>	42
Tabel 5.7	<i>Committed Buyer</i>	43
Tabel 5.8	Sebaran Pentingnya Atribut-Atribut Pada Jamu Madura.....	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Piramida Loyalitas Merek	12
Gambar 2.2	Piramida Terbalik Loyalitas Merek	12
Gambar 2.3	Kerangka Berpikir	19
Gambar 3.1	Rankuman <i>Brand Loyalty</i> Pada Piramida Terbalik.	29
Gambar 5.1	Rankuman <i>Brand Loyalty</i> Pada Piramida Terbalik.	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Dokumentasi Penelitian.....	52
Lampiran 2. Tabulasi Data Kepuasan Konsumen	53
Lampiran 3. Tabulasi Data Pentingnya Atribut-Atribut pada Jamu Madura... ..	54
Lampiran 4. Uji Validitas dan Reliabilitas	55
Lampiran 5. Kuisisioner Penelitian.....	57