

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN JAMU TRADISIONAL DI KOTA SURAKARTA

Dyah Rahmawati, Sri Marwanti, Raden Kunto Adi

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sebelas Maret Surakarta
Jalan Ir. Sutami No.36 A Kentingan Surakarta 57126 Telp./Fax (0271) 637457
E-mail : dyahrahmaa@yahoo.com Telp. 089609324420

Abstract : The research aims to determine what factors influence the decision to purchase traditional herbal medicine and the dominant factor influence the decision to purchase traditional herbal medicine in Surakarta City. The basic method used in this research is descriptive analytical method with survey research technique. The method of determining the location of the research is aimed at Surakarta City. The sampling method used is accidental sampling with 100 respondents. Analysis of data used is factor analysis using SPSS program. Measurement of variables using a likert scale. The results of factor analysis show that there are three factors that influence consumer purchasing decisions. These factors are belief factor, environmental factor, and product superiority factor. The results showed that the most dominant factor influencing consumer purchasing decisions is a belief factor with a number of factor loading values of 3.482 and an eigenvalue of 3.227.

Keywords : Factor Analysis, Eigenvalue, Factor Loading, Traditional Herbal Medicine, Purchasing Decision

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian jamu tradisional serta faktor yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian jamu tradisional di Kota Surakarta. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitik dengan teknik penelitian survei. Metode penentuan lokasi penelitian adalah *purposive* di Kota Surakarta. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* dengan jumlah responden 100 orang. Analisis yang digunakan adalah analisis faktor dengan menggunakan program SPSS. Pengukuran variabel menggunakan skala *likert*. Hasil analisis faktor menunjukkan bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Faktor pertama adalah faktor keyakinan, faktor lingkungan, dan faktor keunggulan produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah faktor keyakinan dengan jumlah nilai *factor loading* sebesar 3,482 dan *eigenvalue* sebesar 3,227.

Kata kunci : Analisis Faktor, *Eigenvalue*, *Factor Loading*, Jamu Tradisional, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Indonesia yang dikenal sebagai negara agraris tentu saja memiliki keanekaragaman hayati yang melimpah, sehingga banyak tumbuhan yang dapat diperoleh untuk dijadikan obat herbal tradisional. Keberadaan obat tradisional sangat eksis di kalangan masyarakat sebelum akhirnya ilmu farmasi modern mulai mendominasi pasar pengobatan era sekarang. Menurut BPOM (2015), obat tradisional terbagi menjadi 3, yakni jamu, obat herbal terstandar, dan fitofarmaka.

Sebagian besar masyarakat mengkonsumsi jamu karena percaya memberikan manfaat yang cukup besar terhadap kesehatan baik untuk pencegahan dan pengobatan terhadap suatu penyakit maupun dalam hal menjaga kebugaran dan kecantikan dan meningkatkan stamina tubuh (Biofarmaka IPB, 2013). Seiring perkembangan zaman keberadaan jamu semakin tergeser dari kehidupan masyarakat oleh kehadiran berbagai macam minuman maupun obat modern, hal ini menjadi kendala bagi pelaku industri jamu tradisional.

Data BPS menunjukkan rata-rata pengeluaran obat tradisional / jamu dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2018 berdasarkan hasil Susenas bulan Maret, baik di perkotaan maupun di perdesaan bersifat fluktuatif. Data tersebut menggambarkan bahwa rata-rata pengeluaran masyarakat perkotaan terhadap obat tradisional lebih tinggi jika dibandingkan dengan rata-rata pengeluaran masyarakat perdesaan terhadap obat tradisional.

Pelaku usaha jamu tradisional pada kenyataannya tetap hadir di tengah masyarakat yang kian modern.

Keberlangsungan usaha jamu tradisional sampai saat ini dikarenakan masih adanya permintaan konsumen terhadap produk minuman tradisional, khususnya jamu. Persaingan diantara penjual jamu tradisional lebih mengarah pada kualitas racikan jamu (cita rasa jamu) yang dijajakan. Penjual jamu tradisional merupakan profesi yang hadir dengan keunikan dan ciri khas tersendiri yang menunjukkan ciri tradisional. Walaupun komoditas jamu yang diperdagangkan bersifat tradisional, namun tetap memiliki pangsa pasar di tengah persaingan yang ketat dengan produk jamu modern.

Lingkungan yang terus berubah memaksa produsen untuk mampu mengidentifikasi kebutuhan konsumen untuk mempertahankan keberadaan usahanya di tengah persaingan yang ketat. Hal tersebut menyebabkan pergeseran orientasi yang dimana sebelumnya produsen hanya menjual apa yang dihasilkan maka sekarang ini produsen menjual produk apa yang dibutuhkan konsumen. Untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, para pelaku usaha harus mengetahui jenis proses pemecahan masalah yang digunakan konsumennya untuk membuat keputusan pembelian. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan tujuan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian jamu tradisional di Kota Surakarta dan faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian jamu tradisional di Kota Surakarta.

METODE PENELITIAN

Metode penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* yakni secara sengaja berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Penggunaan metode *purposive* bertujuan untuk mengambil sampel secara subyektif dengan anggapan bahwa sampel yang diambil merupakan keterwakilan (representatif) bagi peneliti (Sugiyono, 2012). Penelitian ini dilakukan di Kota Surakarta dengan pertimbangan bahwa Kota Surakarta menempati urutan rata-rata tertinggi dalam data lima besar pengeluaran untuk konsumsi jamu dalam rumah tangga per bulan di Jawa Tengah berdasarkan Survei Sosial Ekonomi Nasional Maret 2012 yang dihimpun dalam BPS 2014. Titik lokasi penelitian adalah di pasar tradisional serta lokasi keliling penjual jamu tradisional yang menyebar di 5 kecamatan di Kota Surakarta. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling* dengan jumlah sebanyak 100 responden.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis faktor untuk mengetahui faktor-faktor yang akan terbentuk dari kesepuluh variabel penyusun yang telah ditentukan sebelumnya. Menurut Simarmata *et al* (2013), analisis faktor merupakan salah satu teknik analisis statistika multivariat yaitu analisis yang bertujuan untuk mempelajari hubungan beberapa variabel, dengan mencoba menemukan hubungan (*interrelationship*) antar sejumlah variabel-variabel yang awalnya saling independen satu dengan yang lain,

sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal.

Tahapan-tahapan dalam analisis faktor yang dikemukakan oleh Santoso (2012) adalah (1) Menentukan variabel apa saja yang akan dianalisis, (2) Menguji variabel-variabel yang telah ditentukan pada langkah sebelumnya untuk menentukan variabel-variabel yang dapat dianggap layak untuk masuk tahap analisis faktor. Pada tahap ini uji statistik yang digunakan adalah *Kaiser Meyer Olkin-Measure of Sampling Adequacy* (KMO-MSA) sebagai perhitungan apakah variabel tersebut dapat diproses lebih lanjut atau tidak ($MSA > 0,5$ berarti variabel diproses lebih lanjut), (3) Setelah sejumlah variabel yang memenuhi syarat diperoleh, maka dilakukan ekstraksi variabel tersebut hingga menjadi satu atau beberapa faktor, (4) Setelah faktor-faktor benar-benar sudah terbentuk, maka proses dilanjutkan dengan interpretasi faktor yang telah terbentuk, khususnya memberi nama faktor tersebut yang dianggap bisa mewakili variabel-variabel anggota faktor tersebut, (5) Faktor yang valid harus menyumbangkan presentase varians yang dijelaskan menurut rata-rata. Selain itu, dapat juga dilihat dengan *eigenvalue* pada *total variance explained* dimana *eigenvalue* harus lebih dari 1 adalah syarat untuk faktor dianggap valid. Cara untuk mengetahui faktor yang paling dominan dipertimbangkan konsumen dalam keputusan membeli jamu tradisional di Kota Surakarta adalah dengan melihat nilai *factor loading* tertinggi dari masing-masing variabel pembentuk faktor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Umum Lokasi Penelitian

Kota Surakarta yang menjadi lokasi penelitian berada di propinsi Jawa Tengah yang merupakan dataran rendah dengan ketinggian ± 92 m dari permukaan air laut. Kota Surakarta memiliki suhu udara yang berkisar antara 26° C sampai dengan $27,9^{\circ}$ C. Sedangkan kelembapan udaranya antara 72% sampai dengan 87%. Kota Surakarta memiliki luas wilayah sebesar $44,04$ km² yang terbagi dalam 5 kecamatan, yaitu Kecamatan Laweyan, Kecamatan Serengan, Kecamatan Pasar Kliwon, Kecamatan Jebres, dan Kecamatan Banjarsari. Kelima Kecamatan tersebut mencakup 51 Kelurahan, 606 RW, dan 2.696 RT. Jumlah penduduk Kota Surakarta pada tahun 2017 yaitu sebanyak 516.102 jiwa (BPS Surakarta, 2018).

Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin di Kota Surakarta

Jenis Kelamin	Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
Laki-laki	24	24
Perempuan	76	76
Jumlah	100	100

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan data pada Tabel 1 dapat diketahui bahwa berdasarkan situasi yang ditemukan di lapang sebagian besar responden yang sedang melakukan pembelian adalah konsumen jamu tradisional berjenis kelamin perempuan. Jumlah responden perempuan sebanyak 76%, sedangkan jumlah responden laki-laki hanya sebanyak 24%. Hal tersebut tidak menunjukkan bahwa konsumen jamu tradisional didominasi oleh perempuan, melainkan bahwa

pembuat keputusan khususnya dalam hal pembelian adalah kaum perempuan. Fakta tersebut dikarenakan perempuan cenderung lebih berperan dalam pengambilan keputusan pembelian khususnya makanan dan minuman, terlebih sejumlah lokasi pembelian berada di pasar tradisional yang biasanya kegiatan berbelanja di lokasi tersebut dilakukan oleh perempuan. Menurut Engel dan Miniard (2005), keputusan pembelian untuk produk makanan dan minuman sebagian besar dilakukan oleh perempuan karena dalam hal pemenuhan kebutuhan keluarga, perempuan memiliki peran yang lebih besar sebagai pengambil keputusan pembelian kebutuhan terutama berupa makanan ataupun minuman untuk anggota keluarganya.

Tabel 2. Karakteristik Responden Menurut Umur

Umur (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
12-16	1	1
17-25	11	11
26-35	22	22
36-45	24	24
46-55	27	27
56-65	13	13
>65	2	2
Jumlah	100	100

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Mayoritas responden yang berada pada kelompok lansia awal yaitu 46-55 tahun mengindikasikan bahwa individu yang memasuki usia lanjut tergolong lebih mudah terserang penyakit karena kemampuan tubuh untuk menahan serangan penyakit dari luar sudah mulai menurun pada usia tersebut. Individu dalam kelompok usia lanjut menggunakan obat tradisional karena berhubungan dengan keluhan sakit yang diderita

antara lain jenis keluhan yang kurang dikenal untuk ditanggulangi dengan penggunaan obat modern (Supardi *et al*, 2003). Kecenderungan individu pada masa lansia awal (46-55 tahun) untuk mengkonsumsi jamu disebabkan pada saat memasuki usia lanjut awal, individu yang mulai mengalami penurunan kekuatan dan fungsi keseimbangan tubuhnya akan mengurangi penggunaan bahan kimia yang terkandung dalam obat modern untuk mengantisipasi dampak buruk bagi kesehatannya.

Tabel 3. Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
SD	7	7
SMP/Sederajat	9	9
SMA/Sederajat	52	52
Diploma	10	10
Sarjana	22	22
Jumlah	100	100

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Sebagian besar responden yang ditemui di lapang memiliki pendidikan yang cukup. Menurut Assael (1992), semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka kecenderungan dalam memutuskan sesuatu melalui proses pemikiran dan analisis akan semakin tajam. Responden dengan tingkat pendidikan tertinggi yaitu tamatan Sarjana hanya berjumlah 22%, hal ini dikarenakan individu dengan pendidikan yang tinggi akan lebih banyak mempertimbangkan segala hal berdasarkan informasi atau pengetahuan yang dimilikinya, misalnya mempertimbangkan dari segi higienitas produk jamu tradisional yang tidak terjamin.

Tabel 4. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
Angkatan Kerja	82	82
PNS	6	6
Karyawan Swasta	38	38
Wiraswasta	32	32
Ibu Rumah Tangga sampingan	5	5
Belum Bekerja	1	1
Bukan Angkatan Kerja	18	18
Ibu Rumah Tangga	8	8
Pelajar	2	2
Mahasiswa	5	5
Pensiunan	3	3
Jumlah	100	100

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 4, sebagian besar responden yaitu 82% termasuk dalam kelompok angkatan kerja. Fakta tersebut berhubungan dengan kegiatan sehari-hari yang mereka kerjakan. Kelompok angkatan kerja dapat dipastikan kesibukan akan pekerjaannya lebih tinggi dibandingkan dengan kelompok bukan angkatan kerja. Hal ini yang menyebabkan kelompok angkatan kerja lebih membutuhkan minuman kesehatan berupa jamu untuk menambah stamina tubuhnya serta mengurangi kelelahan akibat bekerja, sehingga mereka tetap prima dalam menjalankan aktivitasnya.

Tabel 5. Karakteristik Responden Menurut Jumlah Anggota Keluarga

Jumlah Anggota Keluarga (Orang)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	1	1
2	9	9
3	19	19
4	44	44
5	25	25
>5	2	2
Jumlah	100	100

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Sebagian besar konsumen memiliki jumlah anggota keluarga sebanyak 4 orang yaitu sebesar 44% dan paling sedikit memiliki jumlah anggota keluarga lebih dari 5 orang yaitu sebanyak 2%. Hal ini dikarenakan semakin banyak anggota keluarga maka seorang individu khususnya orangtua cenderung memperhitungkan pengeluaran untuk konsumsi yang bersifat bukan makanan pokok, mereka akan lebih mendahulukan anggaran untuk membelanjakan kebutuhan pokok lainnya.

Tabel 6. Karakteristik Responden Menurut Pendapatan/ Uang Saku

Pendapatan/ Uang Saku (Rp/bulan)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
<500.000	8	8
500.001 – 1.000.000	22	22
1.000.001 – 1.500.000	15	15
1.500.001 – 2.500.000	27	27
2.500.001 – 3.500.000	18	18
>3.500.000	10	10
Jumlah	100	100

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan penggolongan pendapatan yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) dapat diketahui bahwa sebagian besar responden konsumen jamu tradisional di Kota Surakarta adalah responden dengan golongan pendapatan sedang dan pada posisi kedua adalah responden dengan golongan pendapatan rendah. Jumlah pendapatan/ uang saku konsumen dapat mempengaruhi jumlah pembelian serta gaya hidup yang dimiliki konsumen. Fakta tersebut menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil responden dengan pendapatan tinggi yang mengkonsumsi jamu tradisional. Hal ini dikarenakan individu dengan pendapatan tinggi biasanya dilatar belakangi oleh tingkat

pendidikan yang tinggi, sehingga mereka lebih mempertimbangkan hal-hal lain berdasarkan pengetahuan yang dimilikinya, misalnya dari segi higienitas produk jamu tradisional. Selain itu, harga jamu tradisional yang masih terjangkau di kalangan masyarakat dengan pendapatan menengah ke bawah sehingga untuk produk minuman kesehatan atau berkhasiat obat mereka menjatuhkan pilihan pada jamu tradisional.

Tabel 7. Karakteristik Responden Menurut Pengeluaran Makanan

Pengeluaran Makanan (Rp/bulan)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
<500.000	42	42
500.001 – 1.000.000	44	44
1.000.001 – 1.500.000	7	7
1.500.001 – 2.500.000	5	5
2.500.001 – 3.500.000	2	2
>3.500.000	0	0
Jumlah	100	100

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berada pada kelompok pengeluaran makanan antara Rp 500.001 – Rp 1.000.000 perbulan yaitu sebanyak 44%. Pengeluaran makanan setiap individu menyesuaikan pendapatan/ uang saku yang diperolehnya karena mayoritas responden berada pada rentang pendapatan sedang yaitu Rp 1.500.001 – Rp 2.500.000 sehingga pengeluaran makanannya berada pada rentang di bawahnya, karena tidak semua pendapatan digunakan untuk pembelian makanan saja. Menurut teori Hukum Engel, semakin besar bagian pendapatan yang digunakan untuk konsumsi pangan menunjukkan semakin rendahnya tingkat kesejahteraan masyarakat dan sebaliknya.

Tabel 8. Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Jamu Tradisional

Frekuensi Pembelian	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1 kali/bulan	5	5
2 kali/bulan	0	0
3 kali/bulan	0	0
1-2 kali/minggu	40	40
3-4 kali/minggu	41	41
5-6 kali/minggu	8	8
Setiap hari	6	6
Jumlah	100	100

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Rata-rata frekuensi pembelian responden terhadap jamu tradisional adalah 3 kali dalam seminggu. Hasil penelitian menunjukkan berdasarkan frekuensi pembelian terhadap jamu tradisional, mayoritas responden tergolong sering dalam melakukan pembelian. Hal ini berkaitan dengan dampak positif yang dirasakan responden sejak pertama kali melakukan pembelian. Responden dengan frekuensi pembelian jamu tradisional setiap hari justru relatif sedikit karena berdasarkan hasil penelitian, mayoritas responden mengkonsumsi jamu tradisional hanya untuk menjaga kebugaran dan stamina tubuh, bukan untuk pengobatan rutin. Frekuensi pembelian masing-masing responden terhadap jamu tradisional berbeda-beda dikarenakan persepsi terhadap khasiat jamu tradisional yang dirasakan berbeda, dampak yang diperoleh atas perilaku konsumsi masing-masing individupun berbeda, bahkan berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa 11% dari total responden mengaku bahwa mereka telah melakukan pembelian impulsif pada jamu tradisional. Menurut Kementerian Perdagangan (2013), pada dasarnya pola konsumsi

masyarakat berbeda-beda tergantung pada persepsi masyarakat mengenai kebutuhan dan masalah yang dihadapi.

Tabel 9. Jumlah Responden Berdasarkan Titik Lokasi Pembelian Jamu Tradisional

Nama Kecamatan	Pasar Tradisional (Orang)	Perkampungan, Perumahan (Orang)	Jumlah Responden (Orang)
Laweyan	12	11	23
Serengan	6	5	11
Pasar Kliwon	0	17	17
Jebres	16	5	21
Banjarsari	7	21	28
Jumlah	41	59	100

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan jumlah responden yang diperoleh, 59% responden melakukan pembelian jamu tradisional di perkampungan maupun perumahan yang mayoritas dijual dengan cara keliling. Hal ini dikarenakan biasanya penjual yang menjual jamunya dengan cara berkeliling menawarkan jamunya langsung kepada masyarakat, sedangkan penjual jamu di pasar tradisional hanya menunggu adanya pembeli datang. Beberapa penjual jamu tradisional yang ditemui di pasar tradisional juga berjualan dengan cara keliling apabila jamu yang dijual tidak habis di pasar.

Tabel 10. Persentase Pengeluaran Konsumsi Jamu Tradisional terhadap Total Pengeluaran Makanan Responden Perbulan

Proporsi Pengeluaran Jamu (%)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
0,00 - 5,99	59	59
6,00 - 11,99	22	22
12,00 - 17,99	14	14
18,00 - 23,99	1	1
24,00 - 29,99	2	2
30,00 - 35,99	1	1
36,00 - 41,99	0	0
42,00 - 47,99	1	1
Jumlah	100	100

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Dyah R. : Faktor-Faktor yang....

Pengeluaran konsumsi jamu tradisional dapat dihitung dengan mengalikan frekuensi pembelian dengan rata-rata harga jamu tradisional yang dijual oleh pelaku usaha yang menjadi lokasi penelitian, yaitu sebesar Rp 3.000 untuk satu kali pembelian jamu tradisional. Berdasarkan Tabel 10, sebanyak 59%.

responden mengalokasikan antara 0 - 5,99% dari total pengeluaran makanan untuk membeli jamu tradisional setiap bulannya. Proporsi pengeluaran jamu tradisional cenderung kecil karena jamu tradisional bukan merupakan kelompok makanan pokok serta posisinya bukan sebagai opsi pengobatan satu-satunya.

Analisis Faktor

Analisis faktor adalah suatu teknik interdependensi (*interdependence technique*), dimana tidak ada pembagian variabel yang menjadi variabel bebas dan variabel terikat

dengan tujuan utama yaitu mendefinisikan struktur yang terletak di antara variabel-variabel dalam analisis (Hair dan Anderson, 2010).

Tabel 11. KMO dan *Bartlett's Test*

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.692
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	259.841
	Df	45
	Sig.	.000

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Hasil pengujian tahap pertama menunjukkan indeks KMO-MSA sebesar 0,692 > 0,5. Hasil tersebut membuktikan bahwa semua variabel dinyatakan layak dan dapat dianalisis lebih lanjut. Selanjutnya melihat hasil

Bartlett's Test Of Sphericity menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,05 sehingga terdapat korelasi antar variabel dan variabel dapat diproses ke tahap analisis faktor selanjutnya.

Tabel 12. *Anti-image Correlation*

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10
X1	.782^a	-.231	.043	-.266	-.083	-.003	-.121	.128	-.009	-.258
X2	-.231	.700^a	.094	-.011	-.208	.031	-.184	-.009	.238	-.044
X3	.043	.094	.610^a	-.177	-.322	.159	-.081	.095	-.363	.010
X4	-.266	-.011	-.177	.707^a	.152	-.359	-.110	-.261	.114	.015
X5	-.083	-.208	-.322	.152	.608^a	-.083	.197	-.520	-.091	-.188
X6	-.003	.031	.159	-.359	-.083	.680^a	-.229	.223	-.090	-.313
X7	-.121	-.184	-.081	-.110	.197	-.229	.767^a	-.286	-.133	-.101
X8	.128	-.009	.095	-.261	-.520	.223	-.286	.591^a	-.098	-.009
X9	-.009	.238	-.363	.114	-.091	-.090	-.133	-.098	.659^a	-.064
X10	-.258	-.044	.010	.015	-.188	-.313	-.101	-.009	-.064	.812^a

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Semua variabel dalam baris *Anti-image Correlations* yang berpangkat "a" memiliki nilai MSA di atas 0,5 sehingga semua variabel dapat dinyatakan memiliki korelasi terhadap

keputusan pembelian dan dapat dilanjutkan ke pengujian tahap selanjutnya tanpa mengulangi langkah analisis sebelumnya.

Tabel 13. *Communalities*

Variabel	Initial	Extraction
Manfaat	1.000	0.542
Efisien dan Praktis	1.000	0.698
Keterjangkauan Harga	1.000	0.610
Ketersediaan	1.000	0.531
Pengaruh Orang Lain	1.000	0.744
Keamanan Produk	1.000	0.687
Gaya Hidup	1.000	0.504
Tradisi	1.000	0.639
Promosi	1.000	0.695
Pengalaman	1.000	0.524

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Tabel *communalities* digunakan untuk menyatakan varians variabel yang dijelaskan oleh factor. Nilai *extraction* untuk masing-masing variabel berbeda-beda. Angka dalam kolom *extraction* menunjukkan seberapa besar sebuah variabel dapat

menjelaskan faktor yang akan terbentuk. Berdasarkan Tabel 13, semua variabel memiliki nilai *extraction* lebih besar dari 0,5 sehingga dapat dikatakan telah memenuhi syarat komunalitas dan tidak perlu dilakukan pengujian ulang.

Tabel 14. *Total Variance Explained*

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.227	32.269	32.269	3.227	32.269	32.269	2.713	27.127	27.127
2	1.807	18.069	50.338	1.807	18.069	50.338	1.887	18.873	45.999
3	1.142	11.420	61.758	1.142	11.420	61.758	1.576	15.758	61.758
4	.803	8.029	69.786						
5	.699	6.991	76.777						
6	.650	6.500	83.276						
7	.549	5.488	88.765						
8	.469	4.694	93.458						
9	.389	3.886	97.344						
10	.266	2.656	100.000						

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 14 dapat diketahui bahwa terdapat 3 komponen yang memiliki nilai *eigenvalues* lebih dari 1. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada penelitian ini terbentuk 3 faktor inti yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli jamu tradisional di Kota Surakarta. Faktor inti pertama memiliki nilai

eigenvalues sebesar 3,227, faktor yang kedua memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,807, faktor yang ketiga memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,142. Ketiga faktor yang terbentuk ini dapat menjelaskan 61,758% dari total keragaman faktor yang terbentuk.

Tabel 15. *Rotated Component Matrix*

Variabel	Component		
	1	2	3
Manfaat (X1)	.677	.203	-.207
Efisien dan Praktis (X2)	.327	.505	-.579
Keterjangkauan Harga (X3)	.046	.384	.679
Ketersediaan (X4)	.723	.083	.035
Pengaruh Orang Lain (X5)	.113	.824	.227
Keamanan Produk (X6)	.808	-.166	.079
Gaya Hidup (X7)	.672	.212	.092
Tradisi (X8)	.143	.769	.166
Promosi (X9)	.140	.196	.799
Pengalaman (X10)	.682	.235	.066

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Proses penentuan variabel yang menjadi anggota faktor dilakukan dengan melihat nilai *factor loading* tertinggi dalam setiap barisnya. Faktor

pertama memiliki 5 variabel pembentuk. Faktor kedua memiliki 2 variabel pembentuk, dan faktor ketiga memiliki 3 variabel pembentuk.

Tabel 16. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Jamu Tradisional di Kota Surakarta

Faktor	Nama Faktor	% of Variance	Cummulative Total Variance	Variabel anggota faktor	Factor loading	Eigen Value
2	Lingkungan	18.069	50.338	Pengaruh orang lain Tradisi	0.808 0.672	1.807
3	Keunggulan produk	11.420	61.758	Praktis dan efisien Keterjangkauan harga Promosi	0.769 0.799 0.682	1.142

Sumber : Analisis Data Primer, 2018

Berdasarkan Tabel 16, dapat diketahui bahwa faktor 1 yang diberi nama faktor keyakinan yang memiliki 5 variabel pembentuk dengan jumlah *factor loading* sebesar 3,482. Jumlah *factor loading* ini merupakan jumlah tertinggi dibandingkan 2 faktor yang lainnya. Nilai persentase varian pada

faktor keyakinan sebesar 32,269% dengan nilai *eigenvalue* sebesar 3,227 menjelaskan bahwa faktor keyakinan dapat menjelaskan 32,269% dari keragaman faktor yang terbentuk, nilai ini merupakan nilai tertinggi dibandingkan kedua faktor lainnya.

SIMPULAN

Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian jamu tradisional di Kota Surakarta. Faktor pertama yaitu faktor keyakinan yang terdiri dari variabel pengalaman, gaya hidup, keamanan, manfaat, dan ketersediaan. Faktor kedua yaitu faktor lingkungan yang terdiri dari variabel pengaruh orang lain dan tradisi. Faktor ketiga yaitu keunggulan produk yang terdiri dari variabel keterjangkauan harga, praktis dan efisien, serta promosi.

Faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian jamu tradisional di Kota Surakarta adalah faktor keyakinan dengan variabel pembentuk terdiri dari variabel pengalaman, gaya hidup, keamanan, manfaat, dan ketersediaan. Variabel pengalaman dalam faktor keyakinan memiliki nilai *factor loading* tertinggi, maka disarankan agar pelaku usaha jamu tradisional mengutamakan segi higienitas maupun kualitas racikan jamu untuk membuat pembeli yang baru pertama kali mencoba merasa puas sehingga merencanakan untuk melakukan

pembelian ulang. Faktor keunggulan produk memiliki nilai *eigenvalue* dan *factor loading* terendah pada variabel promosi, maka disarankan agar pelaku usaha jamu tradisional mulai menambah segmentasi pasar yang berbeda dengan melakukan perbaikan kemasan untuk jamu yang bertujuan selain untuk dikonsumsi sendiri.

Mayoritas pembeli jamu tradisional adalah masyarakat dengan kelompok usia lansia awal. Pelaku usaha jamu tradisional yang masih tergolong muda atau mengenal media sosial dapat menggencarkan iklan produk jamu tradisional melalui media sosial agar dapat menjangkau konsumen dengan usia yang relatif muda dengan kemasan jamu yang lebih menarik. Tingkat kepuasan responden sudah tergolong tinggi, untuk itu pelaku usaha jamu tradisional disarankan tetap menjaga kualitas produknya dengan memperhatikan komposisi racikan bahan yang sama sehingga rasa jamunya tidak berubah serta menjaga kebersihan lokasi produksi maupun lokasi penjualan

DAFTAR PUSTAKA

- Assael H. 1992. *Consumer Behavior and Marketing Action Ed-4*. Boston (US) : PWSKENT Publishing Company.
- Badan POM. 2015. *Materi Edukasi tentang Peduli Obat dan Pangan Aman*.
<http://www.pom.go.id/files/2016/cdew.pdf>. Diakses pada 7 Agustus 2018.
- Biofarmaka IPB. 2013. *Quality of Herbal Medicine Plants and Traditional Medicine*.
<http://biofarmaka.ipb.ac.id/brc-news/brcarticle/587-Quality-of-herbal-medicine-plants-and-traditional-medicine-2013>. Diakses pada 30 Agustus 2018.
- BPS Pusat. 2014. *Diagram Timbang Indeks Harga Konsumen Hasil Survei Biaya Hidup 2012*. Jakarta : Badan Pusat Statistik Republik Indonesia.
- _____ 2018. *Ringkasan Eksekutif Pengeluaran dan Konsumsi Penduduk Indonesia*. Jakarta : Badan Pusat Statistik Republik Indonesia.
- BPS Surakarta. 2018. *Kota Surakarta dalam Angka 2018*. Surakarta : Badan Pusat Statistik Kota Surakarta.
- Engel B, Miniard. 2005. *Perilaku Konsumen. Jilid I. Edisi VI*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Hair BB, Anderson. 2010. *Multivariate Data Analysis 7th Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Kementerian Perdagangan. 2013. *Laporan Akhir Analisis Dinamika Konsumsi Pangan Masyarakat Indonesia*. Jakarta : Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan.
- Santoso S. 2012. *Statistik Parametrik*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Umum.
- Simarmata et al. 2013. Aplikasi Analisis Faktor dengan Metode Principal Component Analysis dan Maximum Likelihood dalam Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pemberian Makanan Tambahan pada Bayi Usia 0-6 Bulan di Desa Pematang Panjang Kecamatan Air Putih Kabupaten Batubara Tahun 2013. *Jurnal Biostatistik dan Kependudukan* 1 (1) : 1.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Supardi S, Jamal S, Loupatty AM. 2003. Beberapa Faktor yang Berhubungan dengan Penggunaan Obat Tradisional dalam Pengobatan Sendiri di Indonesia. *Buletin Penelitian Kesehatan* 31(1) : 25-32.