

## **Abstrak**

### **Analisis Sikap Konsumen Terhadap Jamu Tradisional Sapta Sari Ditinjau Dari Status Sosial Ekonomi Usia dan Jenis Kelamin (Studi Kasus Pada Perusahaan Industri Kecil Obat Tradisional Jamu Sapta Sari) (Yogyakarta)**

**Karsan  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2005**

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui : (1) sikap konsumen terhadap jamu Tradisional Sapta Sari. (2) perbedaan sikap konsumen terhadap atribut produk jamu Sapta Sari ditinjau dari status sosial ekonomi usia dan jenis kelamin. atribut produk jamu Sapta Sari tersebut adalah meliputi harga, produk dan khasiat.

Populasi terdiri dari seluruh konsumen yang mengkonsumsi jamu Sapta Sari, sampel adalah bagian dari populasi, sampel yang diambil terdiri dari 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *accidental sampling* yaitu konsumen yang secara kebetulan ditemui atau datang untuk membeli jamu Sapta Sari. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, observasi dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif untuk mengetahui karakteristik konsumen, untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut produk, analisis varians (ANOVA) dan t-test untuk mengetahui perbedaan sikap konsumen terhadap atribut harga, produk dan khasiat ditinjau dari tingkat pendidikan, pekerjaan, penghasilan, usia dan jenis kelamin.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah (1) Karakteristik konsumen jamu Sapta Sari sebagian besar mempunyai pendidikan di atas SMU sebanyak 37 %, mempunyai pekerjaan wiraswasta sebesar 42 %, mempunyai penghasilan antara Rp. 250.000.00-Rp. 700.000.00 sebesar 49 %, usia konsumen sebagian besar berumur antara 17 s/d 45 tahun sebesar 66 % dan konsuen jamu Sapta Sari sebagian besar berjenis kelamin laki-laki sebesar 41 %. (2) Sikap konsumen terhadap atribut harga, produk dan khasiat jamu Sapta Sari sebagian besar mempunyai sikap yang cukup baik. (3) Ada perbedaan sikap konsumen terhadap atribut harga, produk dan khasiat ditinjau dari pendidikan. (4) Ada perbedaan sikap konsumen terhadap atribut harga, produk dan khasiat ditinjau dari pekerjaan. (5) Ada perbedaan sikap konsumen terhadap atribut harga, produk dan khasiat ditinjau dari penghasilan. (6) Ada perbedaan sikap konsumen terhadap atribut harga, produk dan khasiat ditinjau dari usia. (7) Ada perbedaan sikap konsumen terhadap atribut harga, produk dan khasiat ditinjau dari jenis kelamin.

## **ABSTRACT**

### **THE CUNSUMERS' ATTITUDES ANALYSIS TOWARD "SAPTA SARI" TRADITIONAL HERB MEDICINE VIEWED FROM SOCIAL - ECONOMIC STATUS, AGE, AND SEX (A CASE STUDY IN A SMALL INDUSTRY COMPANY PRODUCING "SAPTA SARI" TRADITIONAL HERB MEDICINE) YOGYAKARTA**

**Karsan  
Sanata Darma University  
Yogyakarta  
2005**

The objectives of conducting this research were in order to know: (1) the consumers' attitudes toward "Sapta Sari" traditional herb medicine, (2) the consumers' attitudes differences toward "Sapta Sari" traditional herb medicine product attributes viewed from the social - economic status, age, and sex. The "Sapta Sari" product attributes included price, product, and the benefit.

The population contained of the entire consumers consuming "Sapta Sari" product meanwhile the sample was taken from a part of the population. The sample taken contained of 100 respondents. The sample taking technique used was sampling accidental technique, that was the consumers accidentally met or came to buy "Sapta Sari" product. The data gathering techniques used were questionnaire, observation, and interview. The data analysis techniques used were descriptive analysis technique in order to know the consumers' characteristics, the consumers' attitudes toward the product attributes, varians analysis (ANOVA), and t-test in order to find the consumers' attitudes differences toward the price, product, and benefit attributes viewed from the educational level, job, income, age, and sex.

The research result showed that (1) most of the consumers' characteristics of "Sapta Sari" were having the educational level above Senior High School (37%), private jobs (42%), income between Rp. 250.000,00 – Rp. 700.000,00 (49%). Most of the consumers' age from 17 until 45 years old was 66% and "Sapta Sari" product consumers was mostly male (41%). (2) The cumsumers' attitudes toward the price, product, and benefit attributes of "Sapta Sari" product were mostly good. (3) There was differences on consumers' attitudes toward the price, product, and benefit attributes viewed from their educational level. (4) There was differences on consumers' attitudes toward the price, product, and benefit attributes viewed from the job. (5) There was differences on the consumers' attitudes toward the price, product, and benefit attributes viewed from the age. (7) There was differences on the consumers' attitudes toward the price, product, and benefit attributes viewed from the sex.