Analisis Pengaruh Healthy Awareness terhadap Minat Beli Produk Jamu Lestarijamuku

Marcellino Jonathan[1], Rendy Sarudin[2]
[1,2]Universitas Bunda Mulia, Indonesia
E-mail: s19200131@student.ubm.ac.id

Article Info
Article History
Received: 2024-08-07
Revised: 2024-09-22
Published: 2024-10-05

Keywords:
Healthy Awareness;
Jamu;
Purchase Interest;
Wellness Tourism;
E-Commerce.

Abstract
The aim of this research was to find out how much influence Health Awareness has on Interest in Buying Lestarijamuku. This research uses quantitative research and also uses the following analysis: simple regression analysis, classic assumption test, hypothesis test via t test, coefficient of determination test, and processed using the SPSS version 27 program. This research uses a sample of 96 respondents obtained from respondents who had purchased Jamu Lestarijamuku products. Based on the results that have been researched, the overall average value of variable Based on the results of the T test calculation, the result obtained is a sig of 0.00, which means <0.05, which means that the Health Awareness Variable (X) has an effect on buying interest (Y). The coefficient of determination test (R2) obtained a result of 0.503 so it can be concluded that Variable Y can be explained by Variable X by 50.3%. Then the Simple Linear Regression Test carried out obtained a constant of 29,943 as a consistency value, the significance of which was smaller than 0.05.

Artikel Info
Sejarah Artikel
Diterima: 2024-08-07
Direvisi: 2024-09-22
Dipublikasi: 2024-10-05

Kata kunci:
Kesadaran Kesehatan;
Jamu;
Minat Beli;
Pariwisata Kesehatan;
Perdagangan Elektronik.

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh perngaruh Healthy Awareness terhadap Minat Beli Lesttarijamuku. Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan juga menggunakan analisis sebegai berikut: analisis regresi sederhana, uji asumsi klasik, uji hipotesis melalui uji t, uji koefisien determinasi, serta diolah menggunakan program SPSS versi 27. Pada penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 96 responden yang diperoleh dari responden yang pernah membeli produk Jamu Lestarijamuku. Berdasarkan dari hasil yang telah diteliti, nilai rata-rata variabel X (Healthy Awareness) keseluruhan yaitu 4.41 (Sangat Tinggi) Sedangkan rata-rata dari Variabel Y (Minat Beli) keseluruhan yaitu sebesar 4.44 (Sangat Tinggi). Berdasarkan hasil perhitungan uji T hasil yang didapatkan sig sebesar 0.00 yang artinya <0.05 yang dapat diartikan bahwa Variabel Healthy Awareness (X) berpengaruh terhadap minat beli (Y). Uji Koefisien Determinasi (R2) mendapatkan hasil sebesar 0,503 sehingga dapat disimpulkan bahwa Variabel Y bisa dijelaskan oleh Variabel X sebesar 50,3%. Lalu Uji Regresi Linear Sederhana yang dilakukan telah memperoleh Konstanta sebesar 29.943 sebagai nilai konsisten, signifikannya lebih kecil dari 0,05.

I. PENDAHULUAN

Kesehatan merupakan konsep yang sangat vital dalam kehidupan manusia. Ini melibatkan pemeliharaan keseimbangan fisik, mental, dan sosial guna mencapai kualitas hidup yang optimal. Kesehatan yang baik memungkinkan individu untuk aktif secara energik, produktif, dan merasa bahagia. Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi kesehatan, termasuk penyakit, gaya hidup, lingkungan, serta kondisi sosial ekonomi. Sesuai dengan World Health Organization (WHO), kesehatan bukan hanya tentang ketiadaan penyakit atau kelemahan menurut (Saputra Adi Surya), tetapi tentang keadaan yang utuh dan sejahtera secara fisik, mental, dan sosial. Dengan demikian, kesehatan melibatkan pencapaian keseimbangan dalam semua aspek kehidupan manusia, baik dalam dimensi fisik, mental, maupun sosial.

Definisi kesehatan telah diakui selama lebih dari tujuh dekade sebagai kondisi di mana seseorang mengalami kesejahteraan secara fisik, mental, dan sosial yang menyeluruh, tidak hanya terbebas dari penyakit atau kelemahan. Pemahaman tentang kesehatan telah berkembang untuk mencakup aspek-aspek mental dan sosial, bukan hanya aspek fisiknya. Saat ini, dunia sedang pulih dari tantangan global yang berat, dengan kanker menjadi penyebab utama kematian yang signifikan di seluruh populasi. Kanker, sebagai penyakit kronis, tidak hanya mempengaruhi kesehatan fisik tetapi juga mengganggu keseimbangan emosional dan aktivitas sehari-hari, menghasilkan tantangan fisiologis dan psikologis yang signifikan bagi

individu yang mengalaminya (Setiawan, Ediati, & Winarni, 2017).

Kesehatan masyarakat global saat ini menghadapi tantangan signifikan, terutama karena meningkatnya jumlah kematian akibat kanker, yang merupakan penyakit kronis. Kanker tidak hanya mempengaruhi kesehatan fisik, tetapi juga menimbulkan tekanan emosional pada masyarakat. Pasca pandemi Covid-19, gaya hidup urban yang serba cepat dan perubahan pola makan telah mendorong peningkatan kesadaran akan pentingnya menjalani hidup sehat. Kesadaran kesehatan, atau "healthy awareness", mengacu pada pemahaman masyarakat tentang pentingnya menjaga kesehatan tubuh, salah satunya dengan mengonsumsi ramuan herbal tradisional yang disebut "Jamu". Jamu adalah bagian dari warisan budaya yang perlu dilestarikan dan dikembangkan.

Tradisi mengkonsumsi jamu telah ada sejak tahun 1300 Masehi dan diyakini berasal dari Kerajaan Mataram, sebagaimana dibuktikan oleh istilah Arcaraki (peracik jamu) yang ditemukan pada prasasti Madhawarapura (tempo.co, 2015). Salah satu destinasi menarik untuk menikmati berbagai ramuan tradisional khas Nusantara adalah Lestarijamuku. Didirikan oleh Zacky Irwandy dan Intan Rahmaningtyas sebagai Founder dan Co-founder pada tanggal 27 Juli 2021, kecintaan mereka terhadap jamu mendorong mereka untuk merintis bisnis jamu dengan konsep yang modern. Keluarga mereka sangat percaya pada gaya hidup alami dan holistik. Kegemaran mereka terhadap jamu memberikan mereka inspirasi untuk mendirikan usaha yang menawarkan beragam jenis jamu.

Jamu, sebagai bagian dari warisan budaya Indonesia, memiliki peluang besar di pasar domestik maupun internasional. Penetapan Hari Jamu Nasional oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada 27 Mei 2008 semakin memperkuat eksistensi jamu. Pada tahun 2019, sektor obat tradisional mengalami pertumbuhan pesat sebesar 6%, melampaui pertumbuhan ekonomi nasional. Hal ini mencerminkan meningkatnya minat masyarakat terhadap produk jamu, yang berdampak positif pada perekonomian nasional. Partisipasi aktif pelaku usaha dan industri jamu nasional sangat penting untuk memaksimalkan potensi ini. Data dari Badan POM menunjukkan lonjakan signifikan dalam permohonan pendaftaran produk obat tradisional yang meningkatkan daya tahan tubuh pada tahun 2020, dengan peningkatan sebesar 131,14% dibandingkan tahun sebelumnya. Trend ini menunjukkan permintaan masyarakat yang terus meningkat terhadap produk jamu.

Dalam operasional Lestarijamuku, prioritas utama adalah kepuasan pelanggan melalui kualitas produk jamu yang mereka tawarkan. Produk jamu Lestarijamuku dikemas dalam botol kaca untuk mempertahankan kualitasnya, karena botol kaca merupakan pilihan yang aman untuk menjaga kualitas minuman baik panas maupun dingin, serta memberikan masa simpan lebih lama. Botol kaca adalah "bahan inert" yang tidak bereaksi dan memiliki pori-pori minimal, sehingga mencegah kontaminasi bakteri. Lestarijamuku juga berusaha memastikan rasa jamu mereka tetap otentik, mirip dengan rasa jamu yang dijual oleh mbok penjual jamu gendong tradisional. Hal ini tercermin dari ulasan positif yang diberikan oleh para pembeli di aplikasi online Tokopedia. Penelitian oleh Ardiawan et al. (2022) berjudul "Pengelompokkan Ulasan Produk HP pada Marketplace Tokopedia menggunakan metode semi supervised K-Means" menyatakan bahwa ulasan di Tokopedia menjadi salah satu pertimbangan penting bagi konsumen dalam membeli suatu produk.

Healthy Awareness, menurut Rahmah et al. (2023), adalah pemahaman tentang kesehatan pribadi dan dorongan untuk mencegah penyakit serta meningkatkan kualitas hidup melalui gaya hidup sehat. Kesadaran ini mempertahankan motivasi individu untuk memperbaiki kualitas hidup dan menjaga kesehatan dengan menerapkan pola hidup sehat. Dalam konteks ini, pemahaman yang mendalam tentang kondisi kesehatan pribadi, kesadaran terhadap kebiasaan dan gaya hidup, serta tanggung jawab individu dalam menjaga kesehatan memainkan peran penting (Hong, 2009; Amanda, 2016). Selain itu, motivasi kesehatan juga merupakan faktor penting yang memengaruhi perilaku kesehatan individu, yang dipengaruhi oleh kebutuhan dasar, tujuan pribadi, dan pengaruh eksternal (Yadav & Pathak, 2014). Untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan holistik, memahami dimensi-dimensi ini adalah kunci untuk mengembangkan strategi pencegahan yang efektif dan meningkatkan kualitas hidup secara keseluruhan. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam kontribusi "Healthy Awareness" dalam membentuk perilaku kesehatan dan minat konsumen, dengan fokus pada aspek-aspek tersebut sebagai landasan teoretis untuk memahami dinamika kompleks di balik pilihan konsumsi masyarakat modern. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya

menyoroti pentingnya kesadaran kesehatan, tetapi juga mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan kesehatan di kalangan konsumen muda.

Dengan memanfaatkan tren "Healthy Awareness" yang semakin meningkat di masyarakat, Lestarijamuku dapat mengambil langkah-langkah strategis untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan pemahaman konsumen tentang manfaat jamu sebagai bagian dari gaya hidup sehat. Minat beli adalah tahap penting dalam proses keputusan pembelian konsumen, di mana mereka menunjukkan keinginan dan ketertarikan untuk membeli produk tertentu di masa depan. Konsep ini didefinisikan sebagai keadaan di mana konsumen merasa terdorong untuk membeli produk setelah melewati beberapa tahap, mulai dari perhatian, ketertarikan, keinginan, hingga tindakan pembelian (Riset et al., 2019). Menurut Suwandari dalam Rizky & Yasin (2014), minat beli mencakup beberapa aspek utama. Pertama, perhatian merujuk pada sejauh mana produk mampu menarik perhatian konsumen melalui pengenalan merek dan karakteristik visualnya. Kedua, ketertarikan menggambarkan tingkat keingintahuan konsumen terhadap fitur, kualitas, harga, dan ulasan produk, yang berperan penting dalam merancang strategi pemasaran yang efektif. Ketiga, keinginan mencerminkan dorongan emosional dan rasional konsumen untuk membeli, yang dipengaruhi oleh persepsi terhadap nilai, status, dan kepuasan yang diharapkan dari produk. Terakhir, tindakan adalah langkah konkret dalam proses keputusan pembelian, yang dipengaruhi oleh ketersediaan produk dan juga ulasan pengguna yang mempengaruhi kepercayaan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dampak kesadaran akan kesehatan terhadap minat beli produk Jamu Lestarijamuku. Produk ini dikenal sebagai merek jamu tradisional yang terkemuka dengan jaminan kualitas tinggi dan berbagai varian seperti kunyit asam, beras kencur, gula jahe, dan susu jahe. Kesadaran akan pentingnya gaya hidup sehat serta preferensi terhadap produk alami yang bermanfaat bagi kesehatan menjadi fokus utama. Minat beli terhadap produk jamu Lestarijamuku mengalami peningkatan yang signifikan setelah pandemi COVID-19, didorong oleh reputasi baik dalam kualitas bahan baku dan manfaat yang terbukti. Studi ini tidak hanya bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen, tetapi juga untuk mengembangkan strategi yang dapat meningkatkan minat beli produk jamu Lestarijamuku sejalan dengan meningkatnya kesadaran akan kesehatan di masyarakat Indonesia.

Penelitian ini sangat penting untuk meningkatkan kesadaran kesehatan di tengah tren gaya hidup sehat yang semakin populer di Indonesia. Masyarakat semakin menyadari pentingnya menjaga kesehatan dengan mengonsumsi makanan dan minuman sehat, terutama jamu tradisional yang telah ditetapkan sebagai Warisan Budaya Tak Benda (WBTB) oleh UNESCO, dengan dukungan langsung dari pemerintah. Melalui penelitian ini, upaya untuk membantu Lestarijamuku dalam meningkatkan minat beli produknya sangat penting, dengan memanfaatkan tren healthy awareness di kalangan masyarakat.

II. METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan dasar filsafat positivisme untuk menyelidiki bagaimana kesadaran terhadap kesehatan mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk Lestarijamuku. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang sudah membeli Lestarijamuku melalui platform Tokopedia dari bulan Juli hingga Desember 2023. Fokus penelitian ini adalah pada Lestarijamuku, penjual jamu gendong asli yang berbasis di Kelapa Dua, Kabupaten Tangerang, Banten. Penelitian ini menggunakan metode eksplanatif untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada konsumen yang telah membeli produk Lestarijamuku, sehingga informasi utama berasal langsung dari para responden. Selain itu, data tambahan diperoleh dari berbagai sumber seperti jurnal, buku, dan internet untuk mendukung analisis yang dilakukan. Penelitian ini mencakup seluruh individu yang menggunakan aplikasi e-commerce Tokopedia dan telah membeli produk Lestarijamuku sepanjang tahun 2023, dengan total penjualan mencapai 2.487 transaksi. Sampel penelitian terdiri dari 96 responden yang dipilih melalui metode purposive sampling, berdasarkan kriteria khusus yang relevan dengan tujuan penelitian ini.

Berdasarkan hasil kuesioner yang diisi oleh 96 responden, didapatkan karakteristik demografis yang meliputi jenis kelamin, domisili, dan tingkat pendapatan. Data menunjukkan bahwa 60,4% responden adalah perempuan, sementara 39,6% adalah laki-laki, menandakan dominasi responden perempuan. Usia responden sebagian besar berada di rentang 36-47 tahun

dengan persentase 37,5%. Responden yang tinggal di Tangerang kota merupakan yang terbanyak, dengan persentase 58,3%, yang sejalan dengan lokasi rumah produksi Lestarijamuku di daerah tersebut. Pendidikan terakhir responden didominasi oleh lulusan S1 atau D4 dengan total persentase 80,2%. Pekerjaan responden sebagian besar adalah pegawai swasta dengan persentase 65,6%. Frekuensi transaksi terbanyak adalah 3-5 kali, sebesar 54,2%. Alasan utama pembelian produk didorong oleh kepentingan kesehatan, dengan total persentase 67,7%.

Analisis data dimulai dengan serangkaian langkah metodologis. Pertama, melakukan penilaian Validitas dan Reliabilitas untuk memeriksa akurasi dan konsistensi alat pengumpulan data. Selanjutnya, menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan distribusi data dengan menghitung rata-rata. Dilakukan juga Uji Normalitas untuk mengevaluasi cara data tersebar, Korelasi Pearson untuk menilai hubungan antar variabel, dan Uji Regresi Linier Sederhana untuk menyelidiki keterkaitan lebih lanjut di antara variabel. Langkah terakhir melibatkan Uji Hipotesis menggunakan Uji T dan Uji Koefisien Determinasi untuk meneliti pengaruh Healthy Awareness terhadap minat beli produk dari Lestarijamuku.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Healthy Awareness didefinisikan sebagai kesadaran individu akan pentingnya menjaga kesehatan tubuh dan dorongan untuk mencegah penyakit melalui pola gaya hidup sehat yang menjadi bagian dari kebiasaan sehari-hari. Menurut WHO, ini mencakup kondisi tubuh yang optimal secara fisik, mental, dan sosial seseorang.

Minat beli mencerminkan keinginan dan ketertarikan individu untuk membeli suatu produk. Minat ini dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kebutuhan, persepsi, sikap, dan pengaruh lingkungan. Jamu, sebagai minuman tradisional Indonesia yang dibuat dari rempah-rempah dan bahan alami, relevan dengan tren kesadaran kesehatan yang sedang berkembang. Lestarijamuku, sebagai produsen jamu modern, memiliki peluang besar untuk memanfaatkan tren ini guna meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk mereka. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kesadaran kesehatan berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk jamu dari Lestarijamuku, terutama dengan semakin populernya gaya hidup sehat di kalangan masyarakat.

Dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 27, peneliti melakukan beberapa pengujian yang meliputi Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Heroskedastisitas, Uji Regresi Linear Sederhana, Uji T, Uji Korelasi Pearson, & Uji Koefisien Determinasi.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Nomor Item	Hasil R hitung	Hasil R tabel	Status
Healthy Awareness (X)	X1	0.651	0.168	Valid
	X2	0.641	0.168	Valid
	X3	0.660	0.168	Valid
	X4	0.736	0.168	Valid
	X5	0.721	0.168	Valid
	X6	0.677	0.168	Valid
	X7	0.702	0.168	Valid
	X8	0.731	0.168	Valid
	X9	0.691	0.168	Valid
	X10	0.799	0.168	Valid
	X11	0.758	0.168	Valid
	X12	0.628	0.168	Valid
	X13	0.701	0.168	Valid
	X14	0.819	0.168	Valid
	X15	0.641	0.168	Valid
Minat Beli (Y)	Y1	0.621	0.168	Valid
	Y2	0.649	0.168	Valid
	Y3	0.542	0.168	Valid
	Y4	0.636	0.168	Valid
	Y5	0.652	0.168	Valid
	Y6	0.550	0.168	Valid
	Y7	0.585	0.168	Valid
	Y8	0.695	0.168	Valid
	Y9	0.562	0.168	Valid
	Y10	0.577	0.168	Valid
	Y11	0.661	0.168	Valid
	Y12	0.656	0.168	Valid
	Y13	0.648	0.168	Valid
	Y14	0.682	0.168	Valid
	Y15	0.603	0.168	Valid
	Y16	0.610	0.168	Valid
	Y17	0.687	0.168	Valid
	Y18	0.684	0.168	Valid
	Y19	0.727	0.168	Valid
	Y20	0.647	0.168	Valid

Pengujian validitas didefinisikan sebagai sebuah proses penelitian yang dinilai keabsahannya berdasarkan data yang dikumpulkan dari lokasi atau objek yang diteliti oleh peneliti, menurut Sugiyono (2018). Tujuan dari uji validitas adalah untuk menilai sejauh mana sebuah instrumen pengukur, seperti kuesioner, secara akurat mencerminkan konsep atau variabel yang ingin diukur. Ini penting untuk memastikan bahwa pertanyaan dan pernyataan dalam kuesioner sesuai dan tepat dalam menggambarkan aspek yang dimaksud dari data yang diukur. Dengan kata lain, validitas kuesioner menilai sejauh mana alat tersebut dapat secara efektif mencapai tujuannya.

Hasil yang disajikan dalam tabel di atas memenuhi kriteria uji validitas, dimana nilai R hitung lebih besar dari R tabel, sehingga pernyataan dan variabel tersebut dinyatakan valid. Hal ini menandakan bahwa pernyataan yang digunakan sebagai alat ukur untuk Variabel Healthy Awareness dan Minat Beli dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Staistics	
Cronbach's Alpha	**N of Items**
.927	15

Reliability Staistics	
Cronbach's Alpha	**N of Items**
.918	20

Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa uji reliabilitas bertujuan untuk menilai kepercayaan hasil dari suatu kuesioner. Uji ini digunakan untuk mengecek apakah alat ukur tetap emberikan hasil yang konsisten ketika diulang pengukurannya. Sebelum menguji reliabilitas data, tahap awalnya adalah melakukan uji validitas data untuk memastikan alat ukur tersebut sesuai dengan tujuannya.

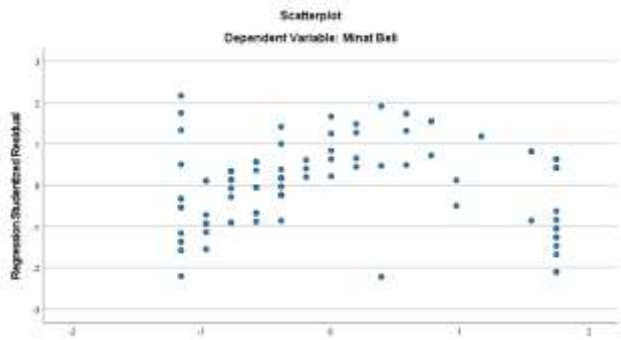
Dari kedua tabel tersebut, hasil uji Reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha menunjukkan nilai sebesar 0.927 untuk Variabel X dan 0.918 untuk Variabel Y. Dari total 35 pernyataan. Kedua nilai tersebut sudah melebihi syarat melewati 0.60, sehingga keseluruhan pernyataannya dianggap Reliabel atau dapat diandalkan.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residul
N			96
Normal Parameters[a, b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		4.83906342
Most Extreme Differences	Absolute		.083
	Positive		.050
	Negative		-.083
Test Statistic			.083
Asymp. Sig. (2-tailed)			.098
Monte Carlo Sig. (2-tailed	Sig.		.097
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.089
		Upper Bound	.105
a. Test Distribution Is Normal			
b. Calculated from Data			
c. Lilliefors Significance Correction			
d. Lilliefors' Based On 1000 Monte Carlo Samples with Starting Seed 2000000			

Dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa hasil dari uji Kolmogorov-Smirnov dengan signifikansi 0.098 menunjukkan bahwa variabel memenuhi syarat untuk uji normalitas. Karena nilai signifikansi 0.098 > 0.05, maka hipotesis nol diterima, yang berarti data tersebut dapat dianggap terdistribusi secara normal.

Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan hasil uji tersebut, dapat disimpulkan bahwa titik-titik pada grafik tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada indikasi heteroskedastisitas.

Menurut Ghozali (2016), jika titik-titik pada grafik tidak membentuk pola tertentu dan tersebar merata di sekitar angka nol pada sumbu Y, maka dapat dikatakan tidak ada gejala heteroskedastisitas. Oleh karena itu, model penelitian ini memenuhi syarat sebagai model yang baik.

Tabel 4. Hasil Uji Korelasi Pearson

Correlations			
		Healthy Awareness	**Minta Beli**
Healthy Awareness	Pearson Correlation	1	.709**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	96	96
Minta Beli	Pearson Correlation	.709**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	96	96
*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Berdasarkan hasil dari uji dari Korelasi Pearson yang telah dilakukan menggunakan SPSS versi 27, menghasilkan sebuah hasil sebesar 0.709**. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa hubungan antar variabel X (Healthy Awareness) dan Variabel (Y) Minat Beli memiliki signifikansi yang kuat dan juga terkait berdasarkan tabel pengelompokkan korelasi menurut Sugiyono (2018).

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients[a]						
Model		**Unstandardized Coefficients**		**Standardized Coefficients**	**t**	**Sig.**
		B	**Std. Error**	**Beta**		
1	(Constant)	29.943	6.393		4.684	0.000
	Healthy Awareness	.894	.097	.691	9.257	0.000
a. Dependent Variable: Minta Beli						

Tujuan dari analisis dalam penelitian ini adalah untuk mengevaluasi dampak Variabel Independen terhadap Variabel Dependen. Melalui metode regresi, penelitian ini menilai kekuatan hubungan antara Variabel Bebas dan Variabel Terikat. Selanjutnya, Variabel Bebas digunakan untuk memprediksi atau memperkirakan nilai Variabel Terikat, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2016). Nilai konsisten dari Variabel Minat Beli sebesar 29.943 apabila tidak dipengaruhi Variabel Healthy Awareness. Pada setiap kenaikan 1% dari Variabel Healthy Awareness akan berdampak pada kenaikan sebesar 0.894 kali.

Tabel 6. Hasil Uji T

Coefficients[a]					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	29.943	6.393		4.684	0.000
	Healthy Awareness	.894	.097	.691	9.257	0.000
a. Dependent Variable: Minta Beli						

Dalam konteks ini, Uji T digunakan untuk menentukan signifikansi pengaruh Healthy Awareness (X) terhadap keinginan untuk membeli produk jamu Lestarijamuku di platform Tokopedia. Jika nilai signifikansi (sig) kurang dari nilai alpha (α) yang ditetapkan (biasanya 0,05), Uji T menunjukkan bahwa pengaruh tersebut secara signifikan berpengaruh. Melalui proses pengujian yang dilakukan oleh peneliti, diperoleh hasil bahwa Uji T memberikan hasil signifikansi antara Variabel X dan Variabel Y dengan perolehan hasil nilai < 0.000, yang diartikan lebih kecil dari 0.05. Selain itu Nilai t diperoleh sebesar 9.257 yang lebih besar dari nilai t 1.661. Disimpulkan oleh peneliti bahwa Ha diterima dan H0 ditolak.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.709[a]	.503	.497	4.62150
a. Predictors: (Constant), Healthy Awareness				
b. Dependent Variable: Minta Beli				

Dalam proes penelitian ini, peneliti menerapkan Uji Koefisien Determinasi untuk menilai sejauh mana model mampu menjelaskan variasi dalam Variabel Independen yang mempengaruhi Variabel Y (Minat Beli) di Lestarijamuku. Rentang nilai Koefisien Determinasi adalah dari nol hingga satu. Nilai mendekati nol mengindikasikan bahwa Variabel Independen hanya menjelaskan sedikit variasi, sedangkan nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa Variabel Independen menjelaskan sebagian besar variasi dalam Variabel Terikat. Analisis ini dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27.

Berdasarkan analisis tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Healthy Awareness (X) memiliki korelasi signifikan dengan Minat Beli (Y), sebesar 70.9%. Lalu diperoleh nilai R2 dengan perolehan 0.503, peneliti menarik kesimpulan bahwa sejumlah setengah variasi dalam variabel Minat Beli dapat dijelaskan oleh variabel Independen. Serta sekitar 49.7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diketahui dalam penelitian ini. Dari nilai determinasi atau R^2 sebesar 0.503, dapat disimpulkan bahwa sekitar setengah dari variasi dalam Minat Beli dapat dijelaskan oleh variabel Healthy Awareness. Sisanya, sekitar 49.7% variasi tersebut dapat disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

VIII. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa analisis deskriptif menunjukkan mayoritas responden perempuan dengan didominasi Domisili responden Tangerang, dan mayoritas pendapatan > Rp 7.100.000. Mayoritas responden yang melakukan pembelian produk jamu untuk kepentingan kesehatan. Berdasarkan 96 responden yang mengisi kuisioner, diperoleh karakteristik demografis seperti jenis kelamin, domisili, dan tingkat pendapatan. Dari data diketahui bahwa sebanyak bahwa 60,4% responden berjenis kelamin perempuan dan sebanyak 39,6% berjenis kelamin laki-laki, hal ini menunjukkan bahwa jenis kelamin perempuan lebih mendominasi. Dalam Usia responden didominasi oleh responden berumur 36-47 tahun dengan persentase 37,5%. Selanjutnya domisili responden didominasi oleh responden yang berdomisili di Tangerang kota dengan persentase 58,3%, hal ini sejalan dengan lokasi rumah produksi Lestarijamuku yang berada di daerah Tangerang. Lalu pendidikan dari responden didominasi oleh responden dengan pendidikan terakhir S1 atau D4 dengan total persentase 80,2%. Dalam hal pekerjaan responden Lestarijamuku didominasi oleh responden dengan pekerjaan sebagai seorang pegawai swasta dengan persentase 65,6%. Jumlah transaksi

responden didominasi dengan jumlah transaksi 3-5 kali sejumlah 54,2%. Tujuan dalam pembelian produk dipengaruhi oleh kepentingan kesehatan dengan total persentase 67,7%.

Uji Validitas menunjukkan bahwa kuisioner yang digunakan valid untuk mengukur persepsi responden mengenai Healthy Awareness dan Minat Beli Produk Jamu Lestarijamuku. Uji Reliabilitas menunjukkan bahwa konsistensi dalam kuisioner tinggi. Data juga menunjukkan bahwa distribusi normal terpenuhi dan tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan dari Healthy Awareness dan Minat Beli, dengan koefisien korelasi yang signifikan. Koefisien Determinasi menunjukkan bahwa sebagian besar variasi dalam Minat Beli dapat dijelaskan oleh Healthy Awareness.

Peneliti memiliki harapan yang besar bagi Lestarijamuku untuk dapat meningkatkan kembali minat beli produk jamu Lestarijamuku melalui kualitas produk dan berbagai manfaat yang diberikan. Namun hal tersebut tidak terlepas dari beberapa kekurangan oleh karena proses penjualanannya yang hanya berbasis online yang seringkali membuat calon konsumen kurang mempercayai ulasan yang diberikan melalui Tokopedia sebagai platform penjualannya. Oleh karenanya, diharapkan akan adanya upaya dari Lestarijamuku untuk lebih meyakinkan calon pembeli melalui ulasan terverifikasi secara resmi sehingga lebih banyak lagi menjangkau calon konsumen.

Berdasarkan dari hasil penelitian ini, peneliti menyarankan kepada Lestarijamuku untuk terus berinovasi dan mengembangkan setiap variasi produk-produknya. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat dilihat bahwa variabel *Healthy Awareness* menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi Minat beli. Selanjutnya hal tersebut dapat dijadikan sebagai dorongan bagi Lestarijamuku untuk lebih meningkatkan lagi kemampuannya dalam meningkatkan pengaruh *Healthy Awareness* terhadap pelanggan setianya.

B. Saran

Dari kesimpulan yang diperoleh melalui penelitian ini, peneliti dapat memberikan saran terhadap Lestarijamuku:

1. Apabila dilihat dari ketiga dimensi *Healthy Awareness*, disimpulkan bahwa variabel *Healthy Awareness* pada dimensi *Personal Responsibility* dan *Health Motivation* dengan nilai rata-rata terendah (4.38), dengan nilai rata-rata pernyataan terendah terdapat pada pernyataan item 14 “Saya memperoleh produk jamu berkualitas dari Lestarijamuku sesuai dengan tagline mereka "lestari peminum, lestari pembuat, lestari tradisinya"” sebagai item yang memperoleh nilai mean terendah yaitu 4.30 (Sangat Tinggi) pada dimensi Health Motivation. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan setianya yang membeli produk Jamu Lestarjamuku kurang dipengaruhi oleh *tagline* yang dimiliki oleh karenanya diperlukan faktor pendukung lainnya yang lebih dapat mendorong pelanggan Lestarijamuku untuk membeli produk jamunya. Disimpulkan bahwa pelanggan setia Lestarijamuku paling banyak dipengaruhi oleh dimensi Self-Health Awareness sebagai alasan untuk membeli produk Jamu Lestarijamuku.
2. Dapat dilihat bahwa hasil rata-rata mean score pada Variabel Minat Beli (Y) sebesar 4.44 (Sangat Tinggi) yang dimana nilai mean score tertinggi item Y no.7 dengan pernyataan “Saya tertarik dalam mengeksplorasi fitur-fitur dan variasi produk yang tersedia di Lestarijamuku sebesar 4.60 (Sangat Tinggi) dan pada nilai mean score terendah pada item Y no. 11 dengan pernyataan “Saya membeli produk jamu yang ditawarkan oleh Lestarijamuku oleh karena berbagai testimoni dan ulasan yang memuaskan customernya sebesar 4.20 (Tinggi). Sehingga penulis menyimpulkan bahwa Pelanggan Lestarijamuku menyukai akan berbagai variasi produk yang ditawarkan oleh Lestarijamuku dan peneliti menyarankan akan pentingnya mempertahankan akan inovasi dan variasi produk yang dimiliki.
3. Apabila didilihat dari pengaruh *Healthy Awareness* dan Minat Beli pada koefisien determinasi dari penelitian ini sebesar (50.3%) Dapat dilihat bahwa pengaruh *Healthy Awareness* berjalan positif tetapi tidak signifikan sehingga peneliti menyarankan untuk tetap mempertahankan dalam hal inovasi dan variasi produk yang dimiliki oleh Lestarijamuku untuk meningkatkan Minat Beli.
4. Berdasarkan dari hasil penelitian ini, peneliti menyarankan kepada Lestarijamuku

untuk terus berinovasi dan mengembangkan setiap variasi produk-produknya.

5. Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat dilihat bahwa variabel *Healthy Awareness* menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi Minat beli. Selanjutnya hal tersebut dapat dijadikan sebagai dorongan bagi Lestarijamuku untuk lebih meningkatkan lagi kemampuannya dalam meningkatkan pengaruh *Healthy Awareness* terhadap pelanggan setianya.

DAFTAR RUJUKAN

Anggraeni, A. D., Salahudin, S., Jamil, A. S., & Rofida, S. (2021). Analisis Kualitatif Obat Tradisional Sebagai Agen Peningkatan Imunitas Tubuh Dalam Melawan Covid-19 Di Surat Kabar Online Indonesia. *JKM (Jurnal Kesehatan Masyarakat) Cendekia Utama*, *8*(2), 207. https://doi.org/10.31596/jkm.v8i2.684

Apriandi, N. D., Soleh, A., & Irwanto, T. (2023). The Effect Of Application Of Aida (Attention, Interest, Desire And Action) On Telkomsel Card Purchase Decisions In Bengkulu City. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Bisnis Digital*, *2*(2), 189–202. https://doi.org/10.37676/jambd.v2i2.4379

Ar-rahmah, N. K., Wonua, A. R., & Ismanto, I. (2023). Pengaruh Kesadaran Kesehatan Dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Beli Pada Produk Menstrual PAD (Studi Pada Tenaga Kerja Kesehatan Perempuan Di Puskesmas Pomalaa). *PPIMAN : Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, *1*(4). https://doi.org/10.59603/ppiman.v1i4.99

B. S., I. N., F. A, A., R., C., Ayu S., D., K, F., Fitria, F., N. E. S., H., A. N. U., H., N, S., A. D., W., A, Y., & Rahem, A. (2020). Hubungan Usia Dengan Pengetahuan Dan Perilaku Penggunaan Suplemen Pada Mahasiswa Institut Teknologi Sepuluh Nopember. *Jurnal Farmasi Komunitas*, *7*(1), 1. https://doi.org/10.20473/jfk.v7i1.21657

Effendi, D. R., Fermayani, R., Egim, A. S., & Harahap, R. R. (2021). Pengaruh Persepsi Konsumen Mengenai Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pasar Modern Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ecogen*, *4*(2), 188. https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i2.11169

Firda Lia Fahrul, A., Fadly Mochtar, C., Indri Sulistia, D., Ayu Kumara, S., Carlina Tasya, S., Hamzah, H., Irham Bakhtiar, M., Luthfi, M., Mundzir, C., & Muhammadiyah Kalimantan Timur, U. (2022). Potensi Jamu Sebagai Obat Herbal Asli Indonesia Untuk Meningkatkan Daya Tahan Tubuh. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *3*(4), 716–723. https://doi.org/10.31949/jb.v3i4.3319

Kaligis, F., Indraswari, M. T., & Ismail, R. I. (2020). Stress during COVID-19 pandemic: Mental health condition in Indonesia. *Medical Journal of Indonesia*, *29*(4), 436–441. https://doi.org/10.13181/mji.bc.204640

Mareta, S. M. sari & A. (2020). *Pengaruh Pemberian Jamu Kunyit Asam Dengan Penurunan Nyeri Haid Pada Remaja Putri Di Man 3 Palembang Tahun 2019*. *2017*(1), 1–9. http://190.119.145.154/handle/20.500.12773/11756

Muhammad Amin, A. K. (2015). Prosiding Seminar Nasional Sains Matematika Informatika dan Aplikasinya IV Fakultas MIPA Universitas Lampung ISSN: 2086 – 2342 Vol. 4 Buku 1. *Prosiding Seminar Nasional Sains Matematika Informatika Dan Aplikasinya IV*, *4*(2), 74–82.

Rahayu, A., Nurmilasari, N., & Suhartina, S. (2022). Pengaruh Kesehatan dan Keselamatan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada PT. PLN (Persero) Rayon Soppeng. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, *5*(1), 33–40. https://doi.org/10.57093/metansi.v5i1.154

Rahmah, A. M., Ghaisani, A., Kusuma, A. F. F. D., Nareswari, A. B., Azizah, A. N., Mufidah, A. D., Rafif, F. A., Prawadi, J. F., Natsier, N. A., Santi, R. A., Muthi, S. W. N., Mahardiani, S. A., Salsabila, T. M., Azzahra, Y. G., & Nita, Y. (2023). Upaya Pencegahan dan Penanganan Low Back Pain Akibat Work From Home pada Pekerja di Surabaya. *Jurnal Farmasi Komunitas*, *10*(1), 14–21. https://doi.org/10.20473/jfk.v10i1.32919

Rahmawati, D. (2019). *Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Jamu Tradisional di Kota Surakarta*. *7*(1), 62–73. https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2019/01/2019.01.23_PL

AN-NACIONAL-DE-CANCER_web.pdf

Rahmi, D. M., & Fadjar, N. S. (2022). Pengaruh Pendapatan, Kesesuaian Harga Kebutuhan Pokok, Kebiasaan Berbelanja Dan Kesadaran Kesehatan Terhadap Pola Konsumsi. *Journal of Development Economic and Social Studies* , *1*(4), 539–549. http://dx.doi.org/10.21776/jdess.

Riset, J., Prodi, M., Fakultas, M., & Unisma, B. (2019). *Vol. 12. No. 01 ISSN : 2302-7061*. *12*(01), 1236–1246.

Rosdiana, R., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2019). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Pakaian Secara Online. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, *11*(1), 318. https://doi.org/10.23887/jjpe.v11i1.20164

Saputra Adi Surya. (2020). Menjaga Imunitas dan Kesehatan Tubuh melalui Olahraga yang Efektif. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan STKIP Kusuma Negara II*, *II*, 33–42.

Silalahi, M. (2019). KENCUR (Kaempferia galanga) DAN BIOAKTIVITASNYA. *Jurnal Pendidikan Informatika Dan Sains*, *8*(1), 127. https://doi.org/10.31571/saintek.v8i1.1178

Situasi, A. (2023). *Coffee Cartel Dengan Menambahkan Varian Susu*. *2*, 443–448.

Susanti, H. (2022a). Wellness tourism sebagai Bentuk Adaptasi terhadap Dinamika Pariwisata Bali di Era New Normal. *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi)*, *16*(1), 1–11. https://doi.org/10.24815/jsu.v16i1.24744

Susanti, H. (2022b). Wellness tourism sebagai Bentuk Adaptasi terhadap Dinamika Pariwisata Bali di Era New Normal. *MEDIA PEMIKIRAN & APLIKASI*, *16*(1), 1–11. https://doi.org/10.24815.jsu.v16i1.24744

Varadibbah, H., Santoso, H., & Ahmad Syauqi,). (2017). Uji Kandungan Senyawa Aktif pada Kombinasi Kudu Laos (Morinda citrifolia dan Alpinia galanga) Test of Active Compound in Combination of the Kudu-Laos (Morinda citrifolia and Alpinia galanga). *Jurnal Ilmiah BIOSAINTROPIS (BIOSCIENCE-TROPIC*, *3*(2), 45.