

Hubungan Atribut Produk Minuman Tradisional Instan Temulawak Rempah Madu Dengan Kepuasan Konsumen (Studi Kasus di Omah Kelor Desa Jladri Kecamatan Buayan Kabupaten Kebumen)

Lutfi Yoga Muhammad Lopa*, Dyah Panuntun Utami, Istiqo Agus Wicaksono

Universitas Muhammadiyah Purworejo

*Email: lutfilopa13@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) karakteristik konsumen minuman tradisional instan temulawak, (2) atribut minuman, dan (3) hubungan atribut minuman tradisional instan temulawak rempah madu yang diproduksi Omah Kelor dengan kepuasan konsumen. Desain penelitian ini menggunakan metode survei dengan sampel penelitian ini konsumen yang membeli dan mengonsumsi minuman tradisional instan temulawak rempah madu, yang diambil dengan *purposive sampling* dan pengambilan sampel secara *Convenience Sampling*, sehingga diperoleh 97 orang. Analisis data yang digunakan yaitu statistik deskriptif, analisis deskriptif, korelasi *Rank Spearman*, uji hipotesis koefisien korelasi, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan: (1) karakteristik konsumen dalam kategori perempuan dengan usia 26-45 tahun berendidikan SMA/ SMK, pekerjaan sebagai karyawan/pegawai, dengan pendapatan satu juta hingga tiga juta rupiah. Alasan mengonsumsi minuman tradisional dua hingga tiga kali dalam seminggu. (2) atribut minuman tradisional instan temulawak rempah madu beserta kekuatan hubungan dengan kepuasan konsumen yaitu meliputi dimensi rasa (sedang), aroma (sedang), tekstur (kuat), warna (kuat), khasiat (sedang), keamanan (kuat). (3) terdapat hubungan yang kuat dan signifikan antara atribut produk minuman tradisional instan temulawak rempah madu yang diproduksi oleh Omah Kelor dengan kepuasan konsumen. Hal ini didukung oleh nilai koefisien korelasi *Rank Spearman* sebesar 0,723 yang termasuk dalam kategori kuat, serta hasil uji hipotesis yang menunjukkan nilai Z_{hitung} lebih besar dari Z_{tabel} , yang menandakan hubungan yang signifikan secara statistik.

Kata Kunci: Minuman tradisional, Temulawak, Rempah madu, Minuman instan

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) the characteristics of consumers of instant traditional temulawak drinks, (2) beverage attributes, and (3) the relationship between the attributes of instant traditional temulawak honey spice drinks produced by Omah Kelor and consumer satisfaction. The research design used a survey method with a sample of consumers who purchased and consumed traditional instant temulawak spice honey drinks, which were selected using purposive sampling and convenience sampling, resulting in 97 respondents. The data analysis used descriptive statistics, descriptive analysis, Spearman's rank correlation, correlation coefficient hypothesis testing, and coefficient of determination. The results of the study show: (1) consumer characteristics in the category of women aged 26-45 years with a high school/vocational school education, employed as employees/officials, with an income of one million to three million rupiah. The reason for consuming traditional drinks is two to three times a week. (2) The attributes of instant traditional temulawak spice honey drinks and their strength of relationship with consumer satisfaction include the dimensions of taste (moderate), aroma (moderate), texture (strong), color (strong), efficacy (moderate), and safety (strong). (3) There is a strong and significant relationship between the attributes of the instant traditional temulawak spice honey drink produced by Omah Kelor and consumer satisfaction. This is supported by the Spearman's rank correlation coefficient value of 0.723, which is classified as strong, as well as the hypothesis test results showing that the Z_{count} value is greater than the Z_{table} value, indicating a statistically significant relationship.

Keywords: Chicken beaf, Broiller chicken, Customer preference

I. PENDAHULUAN

Gaya hidup sehat dengan slogan *back to nature* menjadi tren global, termasuk di Indonesia, dengan meningkatnya konsumsi obat-obatan alami. Masyarakat beralih ke pengobatan tradisional karena bahan-bahanalami dianggap lebih aman dibandingkan obat-obatan kimia (Yulina, 2017). Jamu merupakan bagian peradaban Indonesia, dimana menunjukkan kekayaanalam, kepandaian dalam meracik,serta kepedulian rakyatIndonesia terhadap kesehatan (Beers, 2001). Pada 6 Desember 2023, UNESCO mengakui jamu sebagai Warisan Budaya Tak benda (WBTb) dengan Nominasi no. 01972, Pengakuan jamu Indonesia sebagai obat herbal tradisional oleh UNESCO didukung oleh kekayaan sumber daya alam yang melimpah, termasuk rempah-rempah khas Indonesia yang digunakan sebagai bahan utama produksi jamu (UNESCO, 2023).

Pengobatan tradisional semakin populer di seluruh dunia, baik di negara berkembang maupun maju. Di Asia Tenggara, sekitar 60-80% penduduk masih mengandalkan pengobatan tradisional sebagai pilihan utama. Di Kanada, sekitar 70% populasi menggunakan pengobatan tradisional sebagai alternatif, sementara di Jerman angka ini mencapai 80% (WHO, 2005).

Di Galeri PLUT KUMKM Kabupaten Kebumen, terdapat 11 perusahaan yang menjual minuman tradisional dengan kategori produk seperti siap minum, instan, rebusan, dan sirup. Minuman tradisional kategori instan menjadi yang paling dominan, diproduksi oleh 9 perusahaan sehingga menciptakan persaingan ketat. Zahrin, Bu Ning, Putri Semanding, dan Omah Kelor masing-masing menawarkan 5 variasi rasa instan, sementara Omah Kelor memiliki total 6 variasi produk, menjadikannya yang terbanyak. Omah Kelor dipilih sebagai lokasi penelitian karena kemampuannya beradaptasi dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Adapun produksi minuman tradisional dapat ditunjukkan pada Tabel 1 (Omah Kelor, 2024).

Tabel 1. Produksi Minuman Tradisional Instan di Omah Kelor Tahun 2023

ProdukVarian Instan	Volume(kg)
Jahe Rempah Madu	840
Kunyit Rempah Madu	600
Kencur Rempah Madu	600
Temulawak Rempah Madu	1440
Jangkep Rempah Madu	600

Berdasarkan data pada Tabel 1, pada tahun 2023 varian minuman instan dengan produksi terbanyak di Omah Kelor adalah minuman tradisional instan temulawak rempah madu, dengan total produksi 1440 kg. Minuman ini paling banyak diproduksi karena tingginya permintaan konsumen, sehingga penjualannya lebih tinggi dibandingkan produk instan lainnya dari Omah Kelor.

Kecenderungan masyarakat saat ini adalah lebih suka menggunakan produk yang instan atau penyajiannya lebih praktis dan cepat, karena tidak perlu membutuhkan banyak waktu dalam mempersiapkannya. Serbuk minuman instan dapat digunakan dalam jangka panjang karena berbentuk serbuk sehingga tahan dalam penyimpanan (Mahdalena et al., 2020). Temulawak secara umum digunakan sebagai obat dalam bentuk tunggal (tanpa dicampur dengan yang lain) maupun bentuk campuran (Kuntorini, 2005).

Atribut produk merujuk pada karakteristik khusus yang membedakan suatu produk dari produk lainnya dipasaran. Perusahaan menggunakan fitur sebagai alat kompetitif agar produknya berbeda dari produk pesaingnya (Kotler, 2018). Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan mereka (Kotler & Keller, 2016). Konsumen yang puas cenderung menjadi pelanggan setia, melakukan pembelian berulang, dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Sebaliknya, konsumen yang tidak puas dapat beralih ke produk pesaing dan memberikan ulasan negatif yang merugikan. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang atribut yang memengaruhi kepuasan konsumen sangat penting bagi Perusahaan. Penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan antara atribut produk dan kepuasan konsumen minuman tradisional instan temulawak rempah madu Omah Kelor. Fokus penelitian adalah bagaimana atribut-atribut ini memengaruhi kepuasan konsumen setelah mengonsumsi produk.

II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini objek yang diteliti yaitu atribut produk dan kepuasan konsumen pada produk minuman tradisional instan temulawak rempah. Subjek penelitiannya yaitu konsumen Omah Kelor. Pengambilan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*Purposive Sampling*), sedangkan pengambilan data dengan memilih sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2019) dengan pertimbangan bahwa Omah Kelor yang beralamat di Jalan Karang Bolong km 18, desa Jladri, kecamatan Buayan

memiliki kategori jenis produk paling banyak diantara para pesaingnya di kabupaten Kebumen.

Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* atau sampel dipilih tidak secara acak (Etikan,2017) yaitu sampel minimal umur 15 tahun dan sudah pernah membeli dan menggunakan sendiri produk minuman tradisional instan temulawak rempah madu produksi Omah Kelor dengan teknik pengambilan sampel *Convenience Sampling* atau kemudahan sampling (Sekaran, 2006), yaitu melalui koisioner *online* dengan *Google Form* dibagikan melalui kontak WhatsApp yang dimiliki Omah Kelor. Dalam penentuan ukuran sampel dari populasi digunakan rumus Lemeshow (Lemeslow,1990) dengan error 10% maka jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 96,04 responden dan dibulatkan menjadi sebanyak 97 responden.

Metode analisis data pada penelitian ini yaitu Statistik deskriptif tujuannya adalah memberikan gambaran umum tentang data tanpa membuat kesimpulan (Ghozali, 2018). Korelasi *Rank Spearman* tujuannya adalah menentukan arah hubungan positif atau negatif dan mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel serta menguji signifikansi hubungan antar variabel (Sugiyono, 2017). Koefisien korelasi atau determinan R^2 digunakan untuk mengetahui kontribusi atau peran variabel *independent* terhadap variabel *dependent* (Sugiyono, 2017). Uji hipotesis koefisien korelasi atau uji Z pengujian dilakukan untuk menentukan apakah hubungan yang teramati signifikan secara statistik atau hanya terjadi secara kebetulan (Sugiyono, 2018).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Spesifikasi Produk

Produk yang dihasilkan berupa minuman tradisional temulawak rempah madu yang kemasannya dapat ditunjukkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Produk Minuman Tradisioanal Instan Temulawak Rempah Madu

Adapun informasi nama produk yaitu minuman tradisional instan temulawak rempah madu yang dijual dengan harga Rp. 35.000, - dikemas dalam berbagai varian namun juga tersedia dalam kemasan toples dengan berat isi 200–350 gram. Komposisi terdiri dari gula tebu, temulawak, rempah (cengkeh, kapulaga, cabe jawa, adas) serta madu. Untuk penyajian dapat dilarutkan dengan dua sendok makan kedalam 200 ml air hangat atau dingin. Untuk petunjuk konsumsi: untuk pengobatan yaitu dua kali sehari di pagi dan sore hari, untuk pencegahan yaitu satu kali sehari. Omah Kelor menggunakan strategi pemasaran *offline* dan *online* untuk menjangkau basis pelanggannya. Secara *offline*, produk dijual langsung ditoko Omah Kelor yang berlokasi strategis di samping lokasi produksi, sehingga terjalin hubungan yang baik antara produksi dan penjualan. Secara *online*, Omah Kelor menggunakan beberapa platform antara lain Whatsapp, Instagram, Tik Tok, dan Shopee.

B. Karakteristik Responden

Berdasarkan karakteristik responden, dalam penelitian ini terdiri dari laki-laki berjumlah 38 orang atau 39,18 % dan perempuan berjumlah 59 atau 60,82%; sehingga total responden 97 orang. Responden terbanyak jenis kelamin perempuan dikarenakan perempuan cenderung lebih peduli terhadap kesehatan dibandingkan laki-laki. Kaum perempuan mayoritas memiliki pengetahuan yang lebih baik tentang cara menjaga kesehatan diri dan keluarga, yang membuat mereka lebih aktif dalam mencari solusi kesehatan seperti jamu sehingga peran perempuan sebagai pengambil keputusan dalam hal kesehatan keluarga menjadi faktor penting dalam tingginya angka responden perempuan.

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dibedakan menjadi tiga kategori yaitu usia 15-25 tahun pada kriteria remaja berjumlah 15 orang dengan persentase 15,46%, rentang usia 26-45 pada kriteria dewasa berjumlah 63 orang dengan persentase 64,95%; untuk lansia yang berusia 46-65 tahun berjumlah 19 orang atau 19,59%. Responden terbanyak yaitu usia dewasa dikarenakan kelompok usia 26–45 tahun berada dalam fase kehidupan yang dikenal sebagai masa dewasa awal dan akhir merupakan usia produktif. Pada tahap ini, individu sering kali memiliki energi dan motivasi tinggi untuk menjaga kesehatan dan kebugaran mereka, sehingga lebih cenderung mengonsumsi produk kesehatan seperti minuman tradisional instan temulawak rempah madu.

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada tiap jenjang pendidikan, jumlah peserta, dan persentasenya. Untuk jenjang pendidikan SD diikuti oleh dua peserta dengan persentase 2,06%, jenjang SMP sebanyak enam orang atau sebesar 6,19%, jenjang SMA/ SMK sejumlah 48 orang atau 49,48%, adapun dengan tingkat pendidikan diploma, sarjana sebanyak 41 orang atau 42,27%. Berdasarkan data tersebut responden terbanyak berpendidikan SMA/SMK dikarenakan berpendidikan terakhir SMA/SMK menunjukkan bahwa masyarakat dengan tingkat pendidikan menengah lebih memiliki akses informasi tentang khasiat minuman tradisional jamu instan temulawak rempah madu.

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan terbagi menjadi beberapa point yaitu pelajar atau mahasiswa berjumlah 8 orang atau 8,24%, wiraswasta dengan persentase 15,46 atau berjumlah 15 orang, berprofesi sebagai karyawan atau pegawai berjumlah 34 orang atau 35,05%, pengusaha 9 orang atau 9,28%, dan profesi lainnya sebesar 31,96% atau 31 orang. Berdasarkan data responden tersebut yang terbanyak adalah peserta yang memiliki pekerjaan sebagai karyawan atau pegawai dikarenakan karyawan atau pegawai yang lebih memilih obat tradisional seperti jamu karena dianggap lebih alami dan memiliki efek samping yang lebih sedikit dibandingkan obat modern. Hal ini menciptakan kecenderungan untuk membeli jamu sebagai bagian dari gaya hidup sehat.

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan kurang dari satu juta rupiah berjumlah 26 orang atau 26,84%, rentang antara satu juta hingga tiga juta rupiah 38 orang atau 39,18%; untuk pendapatan tiga juta hingga empat juta 19 orang atau 19,59%, dan warga dengan pendapatan diatas empat juta sebanyak 14 orang atau 14,43%. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian masyarakat telah memiliki pendapatan sesuai dengan UMK (upah minimum kabupaten/ kota) di kabupaten Kebumen yaitu tahun 2025 sebesar Rp. 2.259.873,- ini mencerminkan bahwa jamu telah menjadi bagian dari kebiasaan konsumsi masyarakat dengan pendapatan dalam kisaran tersebut.

Karakteristik responden berdasarkan alasan mengkonsumsi produk jamu diketahui beberapa alasan, antara lain untuk menjaga kesehatan sejumlah 71 orang (73,2%), untuk pengobatan penyakit sebanyak 13 orang (13,4%), rekomendasi dari dokter yang tersertifikasi herbalis sebanyak 13 orang (13,4%), dan rekomendasi dari keluarga sebanyak 7 orang (7,2%), dan alasan lainnya sebesar 4,1% atau sebanyak 4 orang. Berdasarkan data tersebut responden terbanyak memilih minuman tradisional instan temulwak rempah madu untuk menjaga kesehatan karena kombinasi manfaatnya yang luas, mulai dari memperkuat

imunitas karena temulawak kaya akan antioksidan yang membantu menghancurkan dan menetralkan benda asing atau sel abnormal dalam tubuh.

Karakteristik responden berdasarkan sumber informasi dapat diketahui dari keluarga atau teman dengan jumlah 66 (62,89%), melalui media sosial sejumlah 16 orang (16,49), surat kabar atau majalah hanya 1 orang (1,03%), melalui situs toko online sebanyak 3 orang (3,09%) dan melihat secara langsung di toko yaitu 11 orang (11,34%). Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat dapat mengakses informasi melalui ragam sumber sehingga dapat mengetahui adanya minuman jamu instan ini. Sementara itu, karakteristik responden berdasarkan waktu mengonsumsi jamu tersebut yaitu pagi hari sebanyak 37 orang (38,14%), siang hari sebanyak 3 orang (3,09%), sore hari sebanyak 9 orang (9,28%), pada waktu malam hari 29 orang (19,59%), dan tidak tentu 29 orang (29,90%). Data ini menunjukkan bahwa dalam mengonsumsi jamu di pagi hari merupakan kebiasaan yang telah melekat dalam kultur lokal. Hal ini sejalan karena temulawak dapat mengeluarkan toksin dalam tubuh melalui urin, feses, dan keringat. Mengonsumsinya di pagi hari dapat membantu membersihkan sistem tubuh dari racun-racun yang terkumpul malam sebelumnya.

Karakteristik responden berdasarkan frekuensi mengonsumsi diperoleh data pada masyarakat bahwa jamu dikonsumsi setiap hari sejumlah 24 orang (24,74%), dua hingga tiga kali seminggu sebanyak 42 orang (43,30%), sekali dalam seminggu sebanyak 19 (19,59%), dan kurang dari satu kali seminggu sebanyak 12 orang atau 12,37%. Hal ini memungkinkan individu untuk menikmati manfaat minuman tradisional instan temulawak rempah tanpa merasa terbebani oleh biaya. Mengonsumsi jamu 2-3 kali seminggu lebih ekonomis dan membantu konsumen menghemat pengeluaran, dibandingkan dengan konsumsi harian.

Hasil rata-rata tanggapan responden mengenai variabel atribut produk keseluruhan hasil rata-rata tanggapan responden mengenai variabel atribut produk pada minuman tradisional instan temulawak rempah madu memiliki rata-rata tanggapan responden sebesar 88,25% berada pada interval (80%-100%), sehingga dapat disimpulkan pada kriteria baik. Hasil rata-rata tanggapan responden yang paling besar nilainya adalah dimensi atribut warna sebesar 91,61% dengan indikator warna orange di minuman tradisional instan temulawak rempah madu dari temulawak asli sebesar 94,43%,.

Rata-rata tanggapan responden yang nilainya paling rendah dibawah rata-rata adalah dimensi atribut aroma sebesar 83,16 dengan indikator minuman tradisional instan temulawak rempah madu yang diproduksi Omah Kelor memiliki aroma khas Gula dan madu sebesar 77,52.

C. Hasil Rata-Rata Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen

Keseluruhan hasil yang diperoleh merupakan rata-rata tanggapan responden variabel kepuasan konsumen memiliki rata-rata tanggapapan respoden sebesar 87,96 % dimana rata-rata tersebut berada pada interval (90%-100%); sehingga dapat disimpulkan konsumen puas pada minuman tradisional instan temulawak rempah madu baik. hal ini dapat ditunjukkan dengan banyaknya tanggapan sangat setuju dari responden mengenai tetap setia, membeli produk baru, ketersediaan merekomendasikan.

Hasil rata-rata tanggapan responden yang paling besar nilainya pada dimensi kepuasan konsumen adalah ketersediaan merekomendasikan sebesar 91,75% dengan indikator “*Saya akan merekomendasikan produk instan temulawak rempah madu kepada orang lain*” sebesar 91,75%, dan rata-rata tanggapan responden yang nilainya paling rendah dibawah rata-rata dimensi kepuasan konsumen yaitu membeli produk baru sebesar 81,65% dengan indikator “*Saya akan membeli produk lain selain instan temulawak rempah madu*” 81,65%.

D. Hubungan Atribut Dengan Kepuasan

Guna mengetahui korelasi pada atribut dan kepuasan digunakan analisis korelasi rank spearman seperti ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Analisis Koefisien Korelasi Rank Spearman

Correlations				
Atribut				Kepuasan
Spearman's rho	Atribut	CorrelationCoefficient	1.000	.723**
		Sig.(2-tailed)	.	.000
		N	97	97
	Kepuasan	CorrelationCoefficient	.723**	1.000
		Sig.(2-tailed)	.000	.
		N	97	97
**.Correlationissignificantatthe0.01level(2-tailed).				

Untuk menginterpretasikan hasil penelitian korelasi dapat ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Interpretasi Koefisien Korelasi Atribut Produk dengan Kepuasan Konsumen

Interval Korelasi	Tingkat Hubungan
0,00 – 1,199	
0,20 – 0,399	
0,40 – 0,599	
0,60 – 0,799	0,723
0,80 – 1,000	

Berdasarkan Tabel 3 terdapat korelasi kuat (0,723) antara atribut produk dan kepuasan konsumen (skala 0,60–0,799). Untuk menguji signifikansi hubungan ini, dilakukan uji hipotesis menggunakan rumus Z dengan koefisien korelasi (r) 0,723 dan sampel (n) 97. Hasil uji ini akan menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak, serta membuktikan apakah hubungan tersebut signifikan secara statistik, yaitu menggunakan rumus (Agustian, 2022):

$$z = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

r = koefisien korelasi
 n = jumlah sampel
 $r^2 = (0,723)^2 = 0,5227$
 $n - 2 = 97 - 2 = 95$
 $1 - r^2 = 1 - 0,5227 = 0,4773$

Hitung Z = $z = \frac{0,7263 \times \sqrt{95}}{\sqrt{0,474}}$
 $z = \frac{0,723 \times 9,7468}{0,6909}$
 $z = \frac{7,0469}{0,6909} = 10,20$

Berdasarkan uji hipotesis dapat diketahui bahwa nilai $Z_{hitung} > Z_{tabel}$ ($10,20 > 1,645$) maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara atribut produk dengan kepuasan konsumen minuman tradisional instan temulawak rempah madu di Omah Kelor. Dari perhitungan korelasi *Rank Spearman* diketahui nilai korelasi sebesar $r = 0,723$. Selanjutnya untuk mengetahui besarnya nilai koefisien determinasi dilakukan perhitungan sebagai berikut:

Rumus: $KD = r_s^2 \times 100\%$

$$KD = 0,723^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,5227 \times 100\%$$

$$KD = 52,27\%$$

Berdasarkan hasil analisis diatas menunjukkan bahwa variabel atribut produk berkontribusi sebesar 52,7% terhadap kepuasan konsumen, sedangkan sisanya sebesar 47,73% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Untuk mengetahui bagaimana hubungan perdimensi dari variabel atribut produk dengan kepuasan konsumen maka dilakukan analisis koefisien determinasi pada Tabel 4.

Tabel 4. Koefisien Determinasi Perdimensi Variabel Atribut Produk Dengan Kepuasan Konsumen

No	Indikator	Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan	Koefisien Determinan(%)
1.	Rasa	0,422	Sedang	17,8
2.	Aroma	0,492	Sedang	24,2
3.	Tekstur	0,606	Kuat	36,7
4.	Warna	0,603	Kuat	36,4
5.	Khasiat	0,555	Sedang	30,8
6.	Keamanan	0,666	Kuat	44,4

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa dari enam dimensi atribut produk yang paling besar kontribusinya dengan kepuasan konsumen yaitu keamanan dengan tingkat hubungan kuat yang dipersepsikan sebesar 44,4%.

IV. KESIMPULAN

Karakteristik konsumen minuman tradisional instan temulawak rempah madu yang diproduksi oleh Omah Kelor rata-rata berjenis kelamin Perempuan 60,82%, usia dewasa yakni 26 - 45 tahun, berjenjang pendidikan rata-rata SMA/ SMK, yang pekerjaan sebagai karyawan/ pegawai, dengan tingkat pendapatan Rp. 1.000.000,- hingga Rp. 3.000.000,- alasan mengkonsumsi karena untuk menjaga kesehatan, dengan mendapatkan sumber informasi produk dari keluarga atau teman, pada waktu mengkonsumsi di padidhari, dan frekuensi mengkonsumsi yaitu 2- 3 kali dalam seminggu. Atribut minuman tradisional instan temulawak rempah madu beserta kekuatan hubungan dengan kepuasan konsumen yaitu meliputi dimensi rasa (sedang), aroma (sedang), tekstur (kuat), warna (kuat), khasiat (sedang), keamanan (kuat), nilai tertinggi terdapat pada dimensi keamanan. Terdapat hubungan yang kuat dan signifikan antara atribut produk minuman tradisional instan temulawak rempah madu yang diproduksi oleh Omah Kelor dengan kepuasan konsumen. Omah Kelor perlu meningkatkan aroma dan rasa yang berkaitan dengan gula dan madu dengan cara penyesuaian komposisi yang tepat dan melakukan uji sensori dengan melibatkan konsumen agar sesuai yang diharapkan konsumen. Omah Kelor perlu meningkatkan konsumen membeli produk baru dengan kampanye pemasaran yang menarik seperti promosi potongan harga dan mengedukasi konsumen tentang manfaat dan keunggulan produk baru melalui pemasaran di *platform* seperti *Shopee* dan *TikTok*, karena pemanfaatannya saat ini belum maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, A. (2022). Pengujian Hipotesis dengan Uji Korelasi. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 10 (1), 1-10. doi: <https://doi.org/10.59996/jurnalpelitanusantara.v1i3.350>
- Beers, S. J. (2001). *Jamu: the Ancient Indonesian Art of Herbal Healing*. Hong Kong; Periplus.
- Etikan,I. (2017). Sampling and Sampling Methods. Olihome: Biometrics & Biostatistics International Journal.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete Dengan Program SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Kotler,P., Armstrong, G., & Opresnik, M.O. (2018). *Principles of Marketing*, Seventeenth Edition. New York: Pearson.
- Kotler,P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management 15th Global Edition*. New York: Pearson Education.
- Kuntorini,E.M. (2005). Botani ekonomi sukuzingi beraceae sebagai obat tradisional oleh masyarakat di Kotamadya Banjarbaru. *Bioscientiae*, 2(1), 25–36.<https://bioscientiae.tripod.com>
- Lemeshow, S., Hosmer Jr, D. W., Klar, J., Lwanga, S. K., & World Health Organization. (1990). *Adequacy of sample size in health studies*. Chichester; New York: Wiley
- Mahdalena,R.,Sijabat,I.,&Sitohang,A. (2020). PKM: Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Desa Sampurtoba Kecamatan Harian Kabupaten Samosir Dalam Penanaman dan Pemanfaatan Tanaman Obat. *TRIDARMA: Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM)*, 3(1,Mei), 9–18.
- Sekaran,U.(2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiono.(2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Stastika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- UNESCO. (2023). Budaya Kesehatan Jamu. Kasane, Republik Botswana
<https://ich.unesco.org/en/decisions/18.COM/8.B.33>
- Yulina,I.K. (2017). Backto Nature: Kemajuan atau Kemunduran. *MangiferaEdu*, 2(1), 20–31.
<https://doi.org/10.31943/mangiferaedu.v2i1.15>