

**PENGARUH NIAT BELI TERHADAP PERILAKU BELI YANG  
DIMEDIASI OLEH RENCANA PEMBELIAN DALAM KONTEKS  
PEMBELIAN PRODUK HERBAL**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi S1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Setia Budi**



**Oleh:**

**RIMA KUSUMA NIRWANA  
13150290L**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SETIA BUDI  
SURAKARTA  
2019**

**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**SKRIPSI**

**PENGARUH NIAT BELI TERHADAP PERILAKU BELI YANG  
DIMEDIASI OLEH RENCANA PEMBELIAN DALAM KONTEKS  
PEMBELIAN PRODUK HERBAL**

Tahun 2019

Disusun Oleh:

RIMA KUSUMA NIRWANA

NIM: 13150290L

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan didepan tim penguji pada tahun 2019.

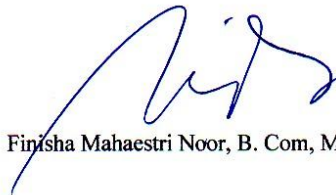
Surakarta, 29 Juli 2019

Pembimbing I

Pembimbing II



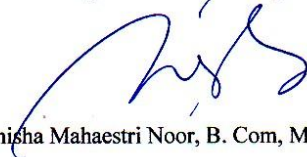
Dr. Waluyo Budi Atmoko, MM.



Finisha Mahaestri Noor, B. Com, M.P.H

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Finisha Mahaestri Noor, B. Com, M.P.H

**HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH NIAT BELI TERHADAP PERILAKU BELI YANG  
DIMEDIASI OLEH RENCANA PEMBELIAN DALAM KONTEKS  
PEMBELIAN PRODUK HERBAL**

Skripsi ini telah dipertahankan didepan tim penguji Ujian Skripsi Fakultas  
Ekonomi Universitas Setia Budi Surakarta pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 2 Agustus 2019

1. Nang Among Budiadi, S.E., M.Si

(.....)  
Penguji I

2. Ariefah Yulandari, S.E., M.M

(.....)  
Penguji II

3. Finisha Mahaestri Noor, B.Com, M.P.H

(.....)  
Penguji III

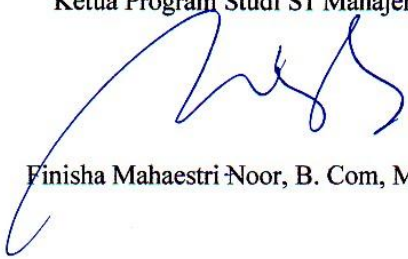
4. Dr. Waluyo Budi Atmoko, M.M

(.....)  
Penguji IV

Mengetahui,

  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Dr. Widi Hariyanti, S.E., M.Si

Ketua Program Studi S1 Manajemen

  
Finisha Mahaestri Noor, B. Com, M.P.H

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi saya ini dengan judul “Pengaruh Niat Beli terhadap Perilaku Beli yang Dimediasi oleh Rencana Pembelian dalam Konteks Pembelian Produk Herbal”. Dengan ini saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan menjiplak dari karya orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat di dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi dengan ketentuan yang berlaku.

Surakarta, 2 Agustus 2019



Rima Kusuma Nirwana

## **MOTTO**

“Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apa pun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur”

Filipi 4:6

“Pencobaan-pencobaan yang kamu alami ialah pencobaan-pencobaan biasa, yang tidak melebihi kekuatan manusia. Sebab Allah setia dan karena itu Ia tidak akan membiarkan kamu dicobai melampaui kekuatanmu. Pada waktunya kamu dicobai Ia akan memberikan kepadamu jalan ke luar, sehingga kamu dapat menanggungnya”

1 Korintus 10:13

“Diberkatilah orang yang mengandalkan TUHAN, yang menaruh harapannya pada TUHAN!”

Yeremia 17:7

“Permulaan hikmat adalah takut akan TUHAN, semua orang yang melakukannya berakal budi yang baik. Pujian-pujiannya kepada-Nya tetap untuk selamanya”

Mazmur 111:10

“Karena masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang”

Amsal 23:18

## **PERSEMBAHAN**

- Tuhan Yesus Kristus atas segala penyertaan dan kasih setia-Nya.
- Papa Hari dan Mama Eva tercinta yang tiada hentinya selalu medoakanku, selalu memberikan support dan memberikan kasih sayang tak terhingga untukku.
- DIA yang selalu mendoakan dan memberikan semangat.
- Saudara-saudaraku (Matthew, Geonathan, Tante Anas, Tante Reni, Om Adnan dan Om Agung) serta Eyang Putriku yang senantiasa memberi dukungan, doa dan semangat.
- Teman setia dan seperjuangan (Sinta, Felicia, Dwi, Aulia, There, Elsa, Angel, Yuliana, Ica dan Ayu).
- Bapak Atmoko dan Ibu Finisha atas bimbingan dan support selama saya menyelesaikan skripsi ini.
- Pak Suradi yang selalu siap untuk segala kelengkapan administrasi dan semua keluarga besar Fakultas Ekonomi.
- Seluruh teman-teman Manajemen 2015 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas kebersamaan selama 4 tahun terakhir ini, semua kenangan yang kalian berikan dalam perjalanan hidup saya.
- Seluruh keluarga besar Universitas Setia Budi Surakarta, Almamaterku.

## **PRAKATA**

Segala syukur dan puji hanya bagi Tuhan Yesus Kristus, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Niat Beli terhadap Perilaku Beli yang Dimediasi oleh Rencana Pembelian dalam Konteks Pembelian Produk Herbal”. Penulisan skripsi ini guna memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Studi S1 Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi. Dengan selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan masukan-masukan kepada penulis. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Djoni Tarigan, MBA., selaku Rektor Universitas Setia Budi Surakarta.
2. Dr. Widi Hariyanti, SE., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi.
3. Finisha Mahaestri Noor, B.Com, M.P.H selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Setia Budi Surakarta.
4. Dr. Waluyo Budi Atmoko., MM, selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dengan penuh keikhlasan dan kesabaran demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.
5. Finisha Mahaestri Noor, B.Com, M.P.H selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dengan penuh kesabaran dan keikhlasan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.

6. Seluruh jajaran dosen Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen Universitas Setia Budi Surakarta atas bimbingan selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi.
7. Suradi, S.E, selaku tata usaha Fakultas Ekonomi.
8. Universitas Setia Budi Surakarta.
9. Pengguna produk herbal ekstrak kulit manggis merek “Garcia” di Kota Surakarta.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, terutama bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi Surakarta pada umumnya dan penulis pada khususnya. Terimakasih.

Surakarta, 2 Agustus 2019

Penulis



## SARI

**Kusuma, Rima. 2019. Pengaruh Niat Beli terhadap Perilaku Beli yang Dimediasi oleh Rencana Pembelian dalam Konteks Pembelian Produk Herbal. Program Studi S-1 Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Setia Budi Surakarta. Pembimbing I. Dr. Waluyo Budi Atmoko, M.M. Pembimbing II. Finisha Mahaestri Noor, B.Com., M.P.H.**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh niat beli terhadap perilaku beli yang dimediasi oleh rencana pembelian dalam konteks pembelian produk herbal. Niat beli seringkali digunakan untuk menganalisa perilaku beli. Sebelum melakukan pembelian, konsumen biasanya mengumpulkan informasi tentang produk yang didasarkan pada pengalaman pribadinya maupun informasi yang berasal dari lingkungannya. Setelah informasi dikumpulkan, maka konsumen akan mulai melakukan penilaian, melakukan evaluasi serta membuat keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Subyek dalam penelitian ini adalah calon pengguna produk herbal ekstrak kulit manggis merek “Garcia” di Kota Surakarta dengan jumlah 70 responden. Metode yang digunakan untuk analisis data adalah analisis regresi sederhana dan analisis regresi logistik dengan variabel mediasi menggunakan bantuan *SPSS 21.0 for windows release*. Hasil analisis data menunjukkan rencana pembelian memediasi sempurna niat beli dan perilaku beli.

---

**Kata Kunci: niat beli, perilaku beli dan rencana pembelian.**

## ABSTRACT

**Kusuma, Rima. 2019. Effects of Purchase Intention on Buying Behaviors Mediated by Purchase Plan in the Context of Purchasing Herbal Products. Bachelor of Management Study Program. Faculty of Economics. Setia Budi University Surakarta. Advisor I. Dr. Waluyo Budi Atmoko, M.M. Advisor II. Finisha Mahaestri Noor, B.Com., M.P.H**

This study aims to examine the effect of purchase intentions on buying behavior mediated by the purchase plan in the context of purchasing herbal products. Purchase intention is often used to analyze buying behavior. Before making a purchase, consumers usually collect information about products that are based on personal experience and information that comes from their environment. After the information is collected, the consumer will begin to make an assessment, evaluate and making a purchasing decision. This research uses quantitative methods and sampling techniques carried out by purposive sampling and snowball sampling. The subjects in this study were prospective users of "Garcia" brand mangosteen peel extract herbal products in the city of Surakarta with 70 respondents. The method used for data analysis is simple regression analysis and logistic regression analysis with mediating variables using SPSS 21.0 for windows release. The results of the data analysis show that the purchase plan mediates perfectly the purchase intention and buying behavior.

---

**Keywords:** *purchase intention, buying behavior and purchase plan.*

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
PRAKATA .....	vii
SARI .....	ix
ABSTRACT .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	3
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	3
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Perilaku Beli Produk Herbal .....	6

2.2	Niat Beli Produk Herbal.....	8
2.3	Rencana Pembelian Produk Herbal .....	10
2.4	Model Penelitian.....	13
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>14</b>
3.1	Desain Penelitian .....	14
3.2	Definisi dan Pengukuran Variabel.....	14
3.1.1	Perilaku Beli Produk Herbal .....	14
3.1.2	Niat Beli Produk Herbal.....	14
3.1.3	Rencana Pembelian Produk Herbal .....	15
3.3	Pengujian Instrumen Penelitian .....	15
3.3.1	Uji Validitas .....	15
3.3.2	Uji Reliabilitas.....	16
3.4	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	18
3.4.1	Populasi.....	18
3.4.2	Sampel.....	18
3.4.3	Teknik Penyampelan.....	19
3.5	Metode Pengumpulan Data .....	20
3.5.1	Kuesioner .....	20
3.5.2	Sumber Data.....	20
3.5.3	Waktu dan Tempat Penelitian .....	21
3.6	Analisis Data .....	21
3.6.1	Analisis Regresi Logistik dengan Variabel Mediasi .....	22
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>28</b>

4.1	Deskripsi Sampel.....	28
4.1.1	Deskripsi Sampel Berdasarkan Usia.....	28
4.1.2	Deskripsi Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
4.1.3	Deskripsi Sampel Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	30
4.1.4	Deskripsi Sampel Berdasarkan Pekerjaan.....	30
4.1.5	Deskripsi Sampel Berdasarkan Pendapatan Pribadi.....	31
4.2	Deskripsi Tanggapan atas Pernyataan Kuesioner.....	31
4.2.1	Variabel Niat Beli (NB).....	32
4.2.2	Variabel Rencana Pembelian.....	32
4.2.3	Variabel Perilaku Beli.....	33
4.3	Hasil Analisis Data.....	33
4.3.1	Hasil Analisis Regresi Hubungan antara Niat Beli dan Perilaku Beli.....	33
4.3.2	Analisis Regresi Hubungan antara Niat Beli dan Rencana Pembelian.....	35
4.3.3	Analisis Regresi Hubungan antara Rencana Pembelian dan Perilaku Beli.....	37
4.3.4	Hasil Analisis Regresi Hubungan antara Niat Beli, Rencana Pembelian dan Perilaku Beli.....	39
4.4	Pembahasan.....	41
4.4.1	Pengaruh Variabel Niat Beli pada Perilaku Beli.....	41
4.4.2	Pengaruh Variabel Niat Beli pada Rencana Pembelian.....	41

4.4.3	Pengaruh Variabel Rencana Pembelian pada Perilaku Beli.....	42
4.4.4	Pengaruh Rencana Pembelian Memediasi Hubungan antara Niat Beli dan Perilaku Beli .....	42
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN .....	44
5.1	Kesimpulan.....	44
5.2	Keterbatasan dan Saran untuk Penelitian Mendatang.....	44
5.3	Implikasi Manajerial .....	45
DAFTAR PUSTAKA	.....	46
LAMPIRAN	.....	49

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	13
Gambar 3.2 Analisis regresi logistik.....	22

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas Kuesioner Ditampilkan dalam .....	16
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner .....	17
Tabel 3.3 Ukuran Sampel Berdasarkan Nilai <i>factor loading</i> .....	18
Tabel 4.1 Distribusi Sampel Berdasarkan Usia .....	28
Tabel 4.2 Distribusi Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin .....	29
Tabel 4.3 Distribusi Sampel Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	30
Tabel 4.4 Distribusi Sampel Berdasarkan Pekerjaan .....	30
Tabel 4.5 Distribusi Sampel Berdasarkan Pendapatan Pribadi .....	31
Tabel 4.6 Distribusi frekuensi tanggapan responden terhadap pernyataan dalam variabel Niat Beli (NB).....	32
Tabel 4.7 Distribusi frekuensi tanggapan responden terhadap pernyataan terkait dalam variabel Rencana Pembelian (RP) .....	32
Tabel 4.8 Distribusi frekuensi tanggapan responden terhadap pernyataan terkait dengan PB produk ekstrak kulit manggis merek “Garcia” dalam variabel Perilaku Beli (PB) .....	33
Tabel 4.9 <i>Model Summary</i> .....	33
Tabel 4.10 <i>Hosmer and Lemeshow Test</i> .....	34
Tabel 4.11 Variabel in the Equation .....	35
Tabel 4.12 <i>Model Summary</i> .....	35
Tabel 4.13 ANOVA.....	36
Tabel 4.14 Coefficients .....	36
Tabel 4.15 <i>Model Summary</i> .....	37
Tabel 4.16 <i>Hosmer and Lemeshow Test</i> .....	38



Tabel 4.17 Variabel in the Equation .....	38
Tabel 4.18 <i>Model Summary</i> .....	39
Tabel 4.19 <i>Hosmer and Lemeshow Test</i> .....	40
Tabel 4.20 Variabel in the Equation .....	40

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	50
Lampiran 2. Uji Validitas Kuesioner .....	53
Lampiran 3. Uji Reliabilitas .....	55
Lampiran 4. Analisis regresi logistik hubungan antara niat beli dan perilaku beli.....	57
Lampiran 5. Analisis regresi linear sederhana hubungan niat beli dan rencana pembelian.....	60
Lampiran 6. Analisis regresi logistik hubungan antara rencana pembelian dan perilaku beli.....	61
Lampiran 7. Analisis regresi logistik hubungan antara niat beli, rencana pembelian dan perilaku beli.....	63
Lampiran 8. Tabulasi dan penelitian.....	65

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Jika seseorang mempunyai keinginan yang tinggi terhadap produk, maka dia akan terdorong untuk berperilaku menguasai produk tersebut. Sebaliknya jika keinginannya rendah, maka dia akan mencoba untuk menghindari produk yang bersangkutan. Perilaku beli pada hakikatnya untuk memahami “mengapa konsumen melakukan dan apa yang mereka lakukan”. Perilaku beli dapat didefinisikan sebagai proses dan aktivitas saat seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, pemakaian dan pengevaluasian produk demi memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Perilaku beli merupakan berbagai hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian produk. Perilaku beli akan diperlihatkan dalam beberapa tahap yaitu tahap sebelum pembelian, dan setelah pembelian. Pada tahap sebelum pembelian, konsumen akan melakukan pencarian informasi yang terkait produk yang akan dibeli.

Perilaku didasarkan faktor kehendak yang melibatkan pertimbangan-pertimbangan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku, dimana dalam prosesnya, berbagai pertimbangan tersebut akan membentuk intensi untuk melakukan suatu perilaku (Ajzen, 2005). Perilaku beli pada saat ini cenderung konsumtif, konsumen seringkali melakukan pembelian yang melebihi rencana pembelian awal, agar tercipta pembelian produk sesuai

dengan yang diharapkan atau terencana sesuai niat dari dalam diri untuk membeli produk oleh karena itu sebelum membeli produk, seseorang harus menetapkan rencana pembelian produk. Dengan adanya rencana pembelian produk, maka pembelian akan lebih terencana sesuai kebutuhan. Pembelian terencana adalah perilaku beli dimana keputusan tentang barang yang akan dibeli telah diputuskan sebelum konsumen masuk ke dalam toko. Rencana pembelian tidak lain merupakan kegiatan untuk menetapkan tujuan yang akan dicapai beserta cara-cara untuk mencapai tujuan tersebut. Gollwitzer dan Sheeran, (2006) menyatakan rencana pembelian didefinisikan sebagai rencana yang dibentuk individu untuk menjelaskan kapan, dimana, dan bagaimana niat individu akan direalisasikan.

Produk herbal adalah produk yang dibuat dari bahan tanaman yang mempunyai kandungan zat aktif yang berasal dari tanaman tersebut. Pengobatan berbasis herbal dengan mengonsumsi produk herbal, dalam perkembangannya dimasukkan sebagai salah satu pengobatan alternatif. Konsumen tertarik mengonsumsi produk herbal karena: (1) produk herbal dipersepsi lebih aman karena bebas dari efek zat kimia, (2) produk farmasi lebih mahal dibandingkan dengan produk herbal. Pada umumnya niat beli produk herbal tidak langsung pada pembelian produk herbal. Carrington *et al.*, (2010) mengatakan agar niat yang sudah terbentuk dilanjutkan pembelian, maka perlu dibuat rencana tindakan, agar konsumen tidak lupa pada niatnya

Niat beli seringkali digunakan untuk menganalisis perilaku beli. Sebelum melakukan pembelian, konsumen biasanya akan mengumpulkan informasi tentang produk didasarkan pada pengalaman pribadi maupun

informasi yang berasal dari lingkungannya. Setelah informasi terkumpul, maka konsumen akan mulai melakukan penilaian, melakukan evaluasi, serta membuat keputusan pembelian. Niat beli digambarkan sebagai suatu situasi seseorang sebelum melakukan suatu tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut (Ajzen dan Fishbein, 2001).

## **1.2 Perumusan Masalah**

Studi ini berhasil mengidentifikasi kesenjangan penelitian dalam pembelian produk herbal, dimana orang yang berniat membeli produk herbal seringkali tidak melakukan pembelian produk herbal yang di niatkan tersebut. Banyak konsumen berniat untuk melakukan pembelian produk herbal, namun hal ini tidak selalu terjadi. Jadi, ada kesenjangan antara niat konsumen untuk membeli produk herbal dan perilaku beli mereka yang sebenarnya. Carrington *et al.*, (2010) dalam upaya membangun model konseptual kesenjangan niat-perilaku, menyatakan bahwa rencana pembelian dapat memediasi hubungan antara niat dan perilaku beli. Jadi ada hubungan antara niat beli produk herbal, rencana pembelian dan perilaku beli produk herbal.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka pertanyaan penelitian yang akan dipecahkan melalui penelitian ini adalah:

1. Apakah niat beli berpengaruh terhadap perilaku beli produk herbal?

2. Apakah niat beli berpengaruh terhadap rencana pembelian produk herbal?
3. Apakah rencana pembelian berpengaruh terhadap perilaku beli produk herbal?
4. Apakah rencana pembelian dapat memediasi niat beli dan perilaku beli produk herbal?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang akan dipecahkan, maka tujuan penelitian dapat dinyatakan:

1. Menguji pengaruh niat beli produk herbal terhadap perilaku beli produk herbal.
2. Menguji pengaruh niat beli produk herbal terhadap rencana pembelian produk herbal.
3. Menguji pengaruh rencana pembelian produk herbal terhadap perilaku beli produk herbal.
4. Menguji pengaruh niat beli produk herbal terhadap perilaku beli produk herbal yang dimediasi oleh rencana pembelian produk herbal.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian diharapkan memberikan sumbangan baik secara teoritis maupun secara praktis.

##### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian diharapkan dapat menjelaskan faktor-faktor yang berpengaruh pada perilaku beli produk herbal. Penelitian juga diharapkan

dapat menguji signifikansi pada rencana pembelian produk herbal dalam memediasi hubungan antara niat beli produk herbal dan perilaku beli produk herbal.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan bagi pihak perusahaan produk herbal, dalam upaya mengidentifikasi faktor apa saja yang memengaruhi keputusan pembelian produk herbal untuk strategi menciptakan pemasaran yang tepat.