

# **MODEL PERILAKU BELI PRODUK HERBAL**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Sebagai Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Program Strata (S1) Manajemen Program Studi  
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi**



**Diajukan oleh:  
Evanda Septa Mirela  
161804531**

**FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
UNIVERSITAS SETIA BUDI  
SURAKARTA  
2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI  
PERILAKU BELI PRODUK HERBAL**

Disusun oleh:

**Evanda Septa Mirela**

**NIM. 16180453L**

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh pembimbing untuk diajukan didepan tim penguji pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 27 Juli 2022

**Dosen Pembimbing I**



Dr. Waluyo Budi Atmoko, M.M  
NIS. 01199609141059

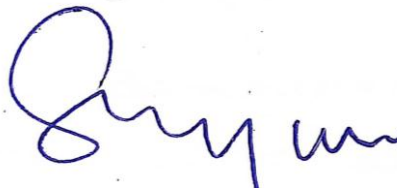
**Dosen Pembimbing II**



Nang Among Budiadi, S.E, M.Si.  
NIS. 0120050401109

Mengetahui,

**Ketua Program Studi S1 Manajemen**



Dr. Didik Setyawan, SE., MM., M.Sc  
NIS: 012000807161126

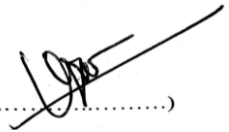
**LEMBAR PENGESAHAN KELULUSAN SEMINAR PROPOSAL  
MODEL PERILAKU BELI PRODUK HERBAL**

Proposal ini telah dipertahankan didepan Sidang Ujian Seminar  
Proposal Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 27 Juli 2022

1. Drs. Sugiyarmasto, M.M  
NIS. 01199603141063



(.....)

Penguji I

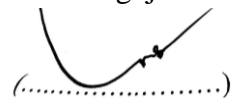
2. Ariefah Yulandari, SE., M.M  
NIS. 01201101102132



(.....)

Penguji II

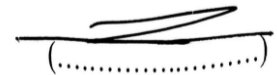
3. Nang Among Budiadi, SE., M.Si  
NIS. 0120050401109



(.....)

Penguji III

4. Dr. Waluyo Budi Atmoko, MM  
NIS. 01199609141059



(.....)

Penguji IV

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi**

**Ketua Program Studi Manajemen**



Dr. Widi Hariyanti, S.E., M.Si  
NIS. 012000504012113



Dr. Didik Setyawan, SE., MM., M.Sc  
NIS. 01200807161126

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan judul “MODEL PERILAKU BELI 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 studi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini merupakan jiplakan dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi dengan ketentuan yang berlaku.

Surakarta, Agustus 2022



**Evanda Septa Mirela**

## **MOTTO**

“Kamu harus berproses, kamu harus berjuang, kamu harus terus berusaha. Ketika jalan yang kamu lalui terasa susah, kamu tidak boleh menyerah”  
(Merry Riana)

“Rumus untuk sukses adalah membangun serangkaian kegagalan.  
Terus gagal lebih baik dan bergerak maju”  
(Penulis)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur sudah selayaknya dipanjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa.

Atas berkat dan rahmat-Nya, skripsi sebagai tugas akhir yang berjudul “PERILAKU BELI PRODUK HERBAL” dapat terselesaikan. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi Surakarta. Terelesaikannya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang senantiasa memberikan dukungan, masukan dan dorongan dalam berbagai hal. Dengan segala hormat dan kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung membantu penulis dalam menyusun skripsi ini, terutama kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Djoni Tarigan, M.B.A., selaku Rektor Universitas Setia Budi Surakarta.
2. Ibu Dr. Widi Hariyanti, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi Surakarta.
3. Bapak Dr. Didik Setyawan, S.E., M.M., M.Sc., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Setia Budi Surakarta.
4. Bapak Dr. Waluyo Budi Atmoko, M.M., selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan serta waktu dengan penuh keikhlasan dan kesabaran demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak Nang Among Budiadi, S.E, M.Si. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan serta waktu dengan penuh keikhlasan dan kesabaran demi terselesaikannya skripsi ini.
6. Kedua orang tua yang saya cintai, Bapak Suraswan dan Ibu Sri Wahyuni yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan penuh kepada saya baik secara moral maupun material.
7. Saudara tersayang saya Naufal Ega Yunandayang selalu memberikan dukungan kepada kakakmu tercinta.
8. Seluruh dosen pengajar dan staff karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi Surakarta yang telah membagikan dan memberikan ilmu dan bimbingan selama perkuliahan.

9. Semua teman – teman di Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi Surakarta Angkatan 2017.
  10. Semua teman-teman yang ada di Solo dan Banjarnegara yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan bantuan dalam menyusun skripsi kepada saya.
  11. Kepada teman sekamar saya Sari Kartika Mahalia yang telah membantu penyusunan skripsi dan menemani saya tidur.
  12. Kepada kekasihku Prasadha Gazhar P yang telah membantu menyusun skripsi, memotivasi dan meluangkan waktu dalam menyusun skripsi.
- Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan selalu memberikan jalan terbaik dan kesuksesan atas bimbingan, bantuan, dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis. Semoga skripsi ini juga bermanfaat untuk berbagai pihak.

Surakarta, Juli 2022

Penulis

## INTISARI

**Mirela., Septa., Evanda. 2022. Sikap Pada Perilaku Beli Produk Herbal, Kepedulian Lingkungan Pada Perilaku Beli Produk Herbal, Keefektifan Persepsian Pada Perilaku Beli Produk Herbal, Pengetahuan Lingkungan Pada Perilaku Beli Produk Herbal dan Niat Beli Pada Perilaku Memilih Rumah Sakit. Program Studi S1 Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Setia Budi Surakarta. Pembimbing I. Dr. Waluyo Budi Atmoko, M.M. Pembimbing II. Nang Among Budiadi, S.E, M.Si.**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel perilaku beli produk herbal. Perilaku beli produk herbal disebabkan oleh niat beli produk herbal. Niat beli produk herbal di pengaruhi oleh sikap, kepedulian lingkungan, keefektifan persepsian dan pengetahuan lingkungan. Data diperoleh melalui kuisisioner yang dibagikan melalui media sosial. Teknik penyampelan yang digunakan yang itu Purposive sampling sebanyak 200 responden. Uji hipotesis menggunakan analisis permodelan persamaan struktural (Structural Equation Modelling – SEM) dan analisis regresi logistik. Hasil penelitian mendapatkan hasil niat beli produk herba; tidak berpengaruh pada perilaku beli produk herbal, sikap berpengaruh pada niat beli produk herbal, kepedulian lingkungan tidak berpengaruh positif pada niat beli produk herbal keefektifan persepsian berpengaruh positif pada niat beli produk herbal dan pengetahuan lingkungan tidak berpengaruh pada niat beli produk herbal.

Kata Kunci : Perilaku beli, Niat beli, Sikap, Kepedulian lingkungan, Keefektifan persepsian, Pengetahuan lingkungan.



## ABSTRACT

**Mirela., Septa., Evanda. 2022. Attitudes on Buying Behavior of Herbal Products, Environmental Concern on Buying Behavior of Herbal Products, Effectiveness of Perceptions on Buying Behavior of Herbal Products, Environmental Knowledge on Buying Behavior of Herbal Products and Purchase Intentions on Hospital Choosing Behavior. S1 Management Study Program. Faculty of Economics. Setia Budi University, Surakarta. Advisor I. Dr. Waluyo Budi Atmoko, M.M. Advisor II. Nang Among Budiadi, S.E, M.Sc.**

This study aims to examine the effect of the variable buying behavior of herbal products. The buying behavior of herbal products is caused by the intention to buy herbal products. Intention to buy herbal products is influenced by attitudes, environmental concerns, perceived effectiveness and environmental knowledge. Data was obtained through questionnaires distributed through social media. The sampling technique used was purposive sampling as many as 200 respondents. Hypothesis testing using structural equation modeling analysis (Structural Equation Modeling - SEM) and logistic regression analysis. The results of the study obtained the results of the intention to buy herbal products; does not affect the buying behavior of herbal products, attitudes affect the purchase intention of herbal products, environmental awareness does not have a positive effect on the purchase intention of herbal products, perceived effectiveness has a positive effect on the purchase intention of herbal products and environmental knowledge has no effect on the purchase intention of herbal products.

**Keywords:** Buying behavior, Purchase intention, Attitude, Environmental care, perceived effectiveness, Environmental knowledge.

## DAFTAR ISI

	<i>Halaman</i>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN KELULUSAN SEMINAR PROPOSAL ..	iii
KATA PENGANTAR .....	vi
INTISARI .....	viii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	2
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	3
1.4. Tujuan Penelitian.....	3
1.5. Manfaat Penelitian.....	3
1.5.1. Kontribusi Teoritis.....	3
1.5.2. Kontribusi Praktis .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>5</b>
2.1. Perilaku Beli Produk Herbal .....	5
2.2. Niat Beli .....	6
2.3. Sikap terhadap perilaku .....	7
2.4. Kepedulian Lingkungan .....	7
2.5. Keefektifan persepsian .....	8
2.6. Pengetahuan Lingkungan .....	9
2.7. Model Penelitian .....	10
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>11</b>
3.1. Desain Penelitian.....	11
3.2. Pengukuran Variabel.....	11

3.2.1. Perilaku Beli Produk Herbal .....	11
3.2.2. Niat beli produk herbal .....	11
3.2.3. Sikap terhadap perilaku .....	12
3.2.4. Kepedulian lingkungan .....	12
3.2.5. Keefektifan persepsian.....	12
3.2.6. Pengetahuan lingkungan .....	12
3.3. Pengujian Intrumen Penelitian .....	12
3.3.1. Uji Validitas .....	12
3.3.2. Uji Reliabilitas .....	13
3.4. Teknik Penyampelan .....	14
3.4.1. Populasi.....	14
3.4.2. Sampel .....	14
3.4.3. Pengambilan Sampel.....	15
3.5. Objek Penelitian .....	15
3.6. Metode Pengumpulan Data .....	15
3.7. Analisis Data .....	16
3.7.1. <i>Structural Equation Modelling-SEM</i> .....	16
3.7.2. Analisis Regresi Logistik.....	17
3.7.3. Uji Signifikansi Model (Uji F).....	18
3.7.4. Uji Signifikansi Koefisien Regresi Parsial (Uji t) .	18
3.7.5. Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	18
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>19</b>
4.1. Deskripsi Sampel.....	19
4.1.1. Deskripsi Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin .....	19
4.1.2. Deskripsi Sampel Berdasarkan Usia.....	19
4.1.3. Deskripsi Sampel Berdasarkan Tingkat Pendidikan	20
4.1.4. Deskripsi Sampel Berdasarkan Pendapatan.....	20
4.1.5. Deskripsi Sampel Pekerjaan .....	21
4.2. Deskripsi Tanggapan Responden dalam Variabel.....	21
4.2.1. Distribusi Tanggapan Responden dalam Variabel Perilaku Memilih Rumah Sakit.....	22
4.2.2. Distribusi Tanggapan Responden dalam Variabel Niat Beli Produk Herbal .....	22
4.2.3. Distribusi Tanggapan Responden dalam Variabel Sikap Terhadap Perilaku .....	23
4.2.4. Distribusi Tanggapan Responden dalam Variabel Kepedulian Lingkungan.....	23

4.2.5. Distribusi Tanggapan Responden dalam Variabel Keefektifan Persepsian .....	24
4.2.6. Distribusi Tanggapan Responden dalam Variabel Pengetahuan Lingakungan .....	25
4.3. Hasil Aanalisis Data .....	25
4.3.1. Uji Keseuaian Model Struktural dengan Data ( <i>Goodness of Fit</i> ) .....	25
4.3.2. Pengujian Signifikansi Hubungan antar Variabel (Uji Hipotesis).....	26
4.3.3. Uji Analisis Regresi Logistik.....	27
4.4. Pembahasan.....	28
4.4.1. Pengaruh Niat Membeli terhadap Niat Beli Produk Herbal.....	28
4.4.2. Pengaruh Sikap terhadap Niat Beli Produk Herbal	28
4.4.3. Pengaruh Kepedulian Lingkungan terhadap Niat Beli Produk Herbal .....	28
4.4.4. Pengaruh Keefektifan Persepsian terhadap Niat Beli Produk Herbal .....	29
4.4.5. Pengaruh Pengetahuan Lingkungan terhadap Niat Beli Produk Herbal .....	29
BAB V PENUTUP .....	30
5.1. Kesimpulan.....	30
5.2. Keterbatasan Penelitian dan Saran riset di masa datang .	30
5.3. Implikasi Manajerial .....	30
DAFTAR PUSTAKA.....	31
LAMPIRAN .....	38

## DAFTAR GAMBAR

	<i>Halaman</i>
Gambar 2. 1. model Penelitian .....	10
Gambar 4. 1. Hasil Model SEM Hubungan Antar Variabel.....	26

## DAFTAR TABEL

	<i>Halaman</i>
Tabel 3. 1. Uji Validitas.....	12
Tabel 3. 2. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner.....	13
Tabel 3. 3. Ukuran Sampel berdasarkan nilai loading faktor .....	15
Tabel 3. 4. Kriteria Goodness of fit .....	16
Tabel 4. 1. Distribusi Sampel Berdasarkan Jenis Kelamin.....	19
Tabel 4. 2. Distribusi Sampel Berdasarkan Usia .....	19
Tabel 4. 3. Distribusi Sampel Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	20
Tabel 4. 4. Distribusi Sampel Berdasarkan Pendapatan .....	21
Tabel 4. 5. Distribusi Sampel Pekerjaan.....	21
Tabel 4. 6. Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Dalam Variabel Perilaku Membeli Produk Herbal .....	22
Tabel 4. 7. Distribusi Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Dalam Variabel Niat Beli Produk Herbal .....	22
Tabel 4. 8. Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Dalam Variabel Sikap Terhadap Perilaku.....	23
Tabel 4. 9. Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Dalam Variabel Kepedulian Lingkungan.....	24
Tabel 4. 10. Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Dalam Variabel Keefektifan Persepsian .....	24
Tabel 4. 11. Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Dalam Variabel Pengetahuan Lingkungan .....	25
Tabel 4. 12. Hasil Goodness of Fit .....	26
Tabel 4. 13. Hasil Analisis Uji Signifikansi Hubungan Antar Variabel	27
Tabel 4. 14. Hasil Uji Regresi Logistik .....	27

## DAFTAR LAMPIRAN

	<i>Halaman</i>
Lampiran 1. Kuesioner .....	39
Lampiran 2. Tabulasi Data .....	42
Lampiran 3. Uji Validitas .....	48
Lampiran 4. Uji Reliabilitas .....	51
Lampiran 5. Uji Analisis SEM .....	54
Lampiran 6. Goodness Of Fit .....	55
Lampiran 7. Uji Analisis Regresi Logistik .....	57

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Produk herbal dianggap dapat mengobati sejumlah penyakit dan membantu menjaga kesehatan tubuh. Produk herbal sendiri hadir dalam bentuk Obat-obatan atau suplemen makanan yang berasal dari tumbuhan seperti daun, akar, bunga, serta bagian dari tumbuhan lainnya (www.alodokter.com, 2018). Meningkatnya permintaan produk herbal dilatarbelakangi oleh perubahan lingkungan, gaya hidup manusia, dan pola penyakit. Hal ini karena banyak yang percaya bahwa produk herbal tidak mengandung bahan kimia dan karena itu tidak memiliki efek berbahaya bagi tubuh (Litbang Depkes, 2007:1).

Perubahan pola konsumsi telah menyebabkan konsumsi dan eksploitasi sumber daya yang berlebihan. Di masa pandemi sekarang ini hidup sehat harus bisa di terapkan oleh masyarakat untuk menjaga dan meningkatkan imunitas tubuh. Selain menjadi cara untuk mencegah penularan virus, juga sangat penting digunakan untuk meningkatkan kecepatan pemulihan pasien yang dinyatakan positif COVID-19. Kondisi tersebut berdampak pada sebagian masyarakat Indonesia perlu menjaga daya tahan tubuh untuk melawan pandemic Covid-19. Sistem imun yang kuat dapat melindungi tubuh dari berbagai virus dan bakteri penyebab penyakit. Oleh karena itu, agar memiliki sistem kekebalan tubuh, imunitas tubuh harus selalu dijaga agar memiliki daya tahan tubuh yang kuat (www.alodokter.com, 2020).

Ada berbagai pilihan untuk menjaga dan meningkatkan imunitas tubuh, salah satunya dengan menggunakan produk-produk berbasis kimia atau menggunakan produk herbal. Produk herbal telah diidentifikasi untuk pemeliharaan harian sistem kekebalan tubuh dan telah diklarifikasikan sebagai : imunotonik, yang meliputi imunostimulan dan imunomodulator. Yang telah diketahui memberikan efek keseimbangan keseluruhan pada sistem kekebalan tubuh. Herbal yang bermanfaat untuk kekebalan tubuh dikategorikan menjadi 2 kelompok (1) herbal untuk pemeliharaan sistem kekebalan tubuh, dan (2) herbal untuk pengobatan kekebalan tubuh gangguan sistem. Keyakinan masyarakat tentang obat tradisional yang sangat beragam sehingga dapat diandalkan, bahkan kecanduan, sampai menjadi tidak pasti. Untuk memperdalam pemahaman masyarakat tentang obat



tradisional, perlu dicatat bahwa ada tiga obat herbal yang diumumkan oleh Badan Pengawas Obat dan Makanan Indonesia (BPOM), Obat Herbal Terstandar (OHT)) dan Tumbuhan dalam SK Indonesia Berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal BPOM No HK.00.05.4.2411 tanggal 17 Mei 2004; terdapat 3 jenis logo dan jenis standar yang berbeda dalam Peraturan Dasar Klasifikasi dan Pelabelan Obat Alami di Indonesia (Puspitasari, 2020).

Produk herbal akhir-akhir ini mulai disukai oleh masyarakat karena disamping memiliki efek terapi juga memiliki kandungan bebas resiko dari bahan kimia yang bisa merusak kesehatan. Mengingat situasi saat ini tindakan pencegahan dari virus Covid-19, para ahli merekomendasikan asupan vitamin, mineral dan obat-obatan untuk meningkatkan sistem kekebalan tubuh dalam upaya menurunkan risiko dan beratnya infeksi. Cara pencegahan dari virus Covid-19 yang direkomendasikan seperti: mencuci tangan lebih sering, lebih sering tinggal dirumah, menghindari keramaian, memakai masker, mengkonsumsi obat-obatan, dan mengkonsumsi makanan herbal/produk untuk upaya pencegahan melawan Covid-19.

Kepanikan dan ketakutan masyarakat seputar pandemi yang dikombinasikan dengan informasi yang mendorong orang untuk membeli dan menggunakan obat-obatan dengan mengkonsumsi produk herbal yang masih sedikit. Oleh karena itu perlu menyebar luaskan manfaat dan pentingnya untuk mengkonsumsi produk-produk herbal yang digunakan masyarakat sebagai tindakan pencegahan terhadap Covid-19, serta untuk mengelola gejala yang terkait dengan Covid-19.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Studi berhasil mengidentifikasi kesenjangan penelitian terhadap produk-produk herbal penting karena memiliki efek terapi terhadap suatu penyakit dan bebas dari resiko bahan kimia. Namun, dalam kenyataannya, pangsa pasar produk herbal tetap kecil dibandingkan dengan produk obat berbahan kimia. Mengingat efek terapi yang baik bagi kesehatan manusia, maka perlu. Sehingga perlu diidentifikasi faktor-faktor yang mengondisikan terbentuknya perilaku konsumsi herbal.

Dalam penelitian tentang produk hijau, Jaiswal dan Kant 2018 menyatakan bahwa sikap, kepedulian lingkungan, efektifitas persepsian, pengetahuan lingkungan persepsian berpengaruh terhadap

niat beli produk hijau. Selanjutnya, niat beli produk hijau berpengaruh pada perilaku beli produk hijau.

### **1.3. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan hasil perumusan masalah diatas, maka dapat disusun pertanyaan penelitian yang akan dijawab dalam penelitian ini:

- 1) Apakah sikap terhadap perilaku pembelian produk herbal berpengaruh pada niat pembelian produk herbal?
- 2) Apakah kepedulian lingkungan berpengaruh terhadap niat pembelian produk herbal?
- 3) Apakah efektifitas persepsian berpengaruh pada niat pembelian produk herbal?
- 4) Apakah pengetahuan yang dimiliki berpengaruh pada niat pembelian produk herbal?
- 5) Apakah niat pembelian produk herbal berpengaruh pada perilaku beli produk herbal?

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Atas dasar pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

- 1) Menguji pengaruh sikap terhadap perilaku pembelian produk herbal pada niat pembelian produk herbal.
- 2) Menguji pengaruh kepedulian lingkungan berpengaruh terhadap niat pembelian produk herbal.
- 3) Menguji pengaruh efektifitas persepsian berpengaruh pada niat pembelian produk herbal.
- 4) Menguji pengaruh pengetahuan yang dimiliki berpengaruh pada niat pembelian produk herbal.
- 5) Menguji pengaruh niat pembelian produk herbal berpengaruh pada perilaku beli produk herbal.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dijelaskan, manfaat penelitian adalah :

#### **1.5.1. Kontribusi Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat membantu memperkuat konsep tentang perilaku pembelian produk herbal, yaitu sikap, kepedulian, efektifitas, pengetahuan dan faktor. Penelitian ini diharapkan menguji

signifikansi hubungan antara konstruk yang terlihat dalam model penelitian, sehingga perilaku pembelian produk herbal dapat di prediksi kejadiannya.

### **1.5.2. Kontribusi Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat dalam pemeliharaan kesehatan. Hasil penelitian diharapkan dapat membantu perusahaan untuk menginformasikan strategi pemasaran produk herbal. Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagaimana adanya serta masukan bagi pemerintah dalam upaya menyusun kebijakan penyebarluasan perilaku beli produk herbal.