



Gambaran *Willingness to Pay* Fitofarmaka Pada Mahasiswa Farmasi Universitas Muhammadiyah Malang

Willingness to Pay Description for Fitofarmaka In Universitas Muhammadiyah Malang Pharmacy Students

Mutiara Titani^{1*}, Adela Adam Abdullah¹

¹Program Studi S1 Farmasi, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Malang, Malang, Indonesia

*Corresponding author: mutiara@umm.ac.id

INFO ARTIKEL

Dikirim:
4 April 2023

Direvisi:
31 Mei 2023

Diterima:
20 Juni 2023

Terbit *Online*:
30 Juni 2023

ABSTRAK

Fitofarmaka adalah salah satu jenis obat tradisional yang telah melalui uji praklinik serta uji klinik. Menurut Kemenkes penggunaan obat tradisional di masyarakat mengalami peningkatan sebesar 44,3%. Dengan meningkatnya penggunaan obat tradisional memberikan dorongan adanya perkembangan industri obat tradisional sehingga menjadi potensi nilai ekonomi yang tinggi. Meskipun meningkatnya penggunaan obat tradisional penelitian obat tradisional jenis Fitofarmaka dari sisi kesediaan membayar atau *willingness to pay* masih jarang dilakukan. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui kesediaan membayar responden terhadap produk Fitofarmaka dan faktor-faktor variabel independen terhadap WTP. Metode pada penelitian ini merupakan penelitian observasional jenis *cross-sectional* dengan instrumen kuesioner pada google form. Responden studi ini adalah mahasiswa farmasi Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) yang memenuhi kriteria inklusi. Analisis WTP studi ini adalah *Contingent Valuation Method*.

Kata Kunci : Jumlah Pendapatan, Pengalaman mengkonsumsi, Jenis Kelamin, Jumlah Anggota Keluarga, *Willingness to pay*.

ABSTRACT

Fitofarmaka is a type of traditional medicine that has passed preclinical and clinical trials. According to Kemenkes that the utilization of traditional medicines in society had increased around 44,3%. The increasing utilization of traditional medicines had given encouragement to the development of the traditional medicines industry that it becomes the potential for high economic value. Though the increasing utilization of traditional medicines, research on traditional medicines of the Fitofarmaka type in the willingness to pay perspective is still rarely conducted. The objective of the study to discover the respondent's willingness to pay for Fitofarmaka products and the factors of independent variable towards WTP. The method design of the study is observational cross-sectional with the questionnaire instrument on a google form. The respondent of the study is Universitas

Muhammadiyah Malang (UMM) pharmacy students who were fulfilled the inclusion criteria. The analysis of WTP of the study is Contingent Valuation Method.

Keywords: Students' Income, Consuming Experience, Gender, Family Size, Willingness to pay

PENDAHULUAN

Penduduk Indonesia yang terdiri dari banyak macam suku bangsa yang memiliki warisan obat tradisional yang bahan bakunya berasal dari bahan-bahan alam. Tumbuhan obat tradisional yang didapatkan dari alam yang selanjutnya diolah secara tradisional telah digunakan sebagai pengobatan dari generasi ke generasi berdasarkan pengalaman dari generasi sebelumnya (Jumiarni & Komalasari, 2017). Alasan penggunaan obat tradisional lebih dipilih oleh masyarakat karena terbuat dari bahan alam, warisan dari nenek moyang dan dipercaya memiliki unsur spiritual serta unsur material yang dikenal memiliki khasiat secara empiris (Sari Dewi et al., 2019). Hal tersebut membuat masyarakat memiliki kecenderungan untuk memilih obat tradisional daripada obat modern/konvensional yang memiliki harga relatif lebih mahal, serta potensi efek samping yang lebih tinggi. Penduduk di Indonesia banyak yang lebih memilih menggunakan pengobatan secara tradisional yang telah diwariskan sebagai pengobatan secara mandiri atau *self-medication* dengan prevalensi menurut Riskesdas (2017) persentase mengonsumsi jamu sebanyak 59,12%, memanfaatkan kesehatan tradisional (Yankestrad) 30,40%.

Penggunaan obat tradisional atau produk alami lainnya berkisar 80% di seluruh dunia (Oyebode et al., 2016). Sedangkan persentase penggunaan obat tradisional di Indonesia menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia melalui hasil Riskesdas tahun 2010 – 2018 menyebutkan bahwa penggunaan obat tradisional di masyarakat mengalami peningkatan sebesar 44,3% (Kemkes, 2019). Dari data tersebut dapat dilihat bahwa penggunaan obat tradisional khususnya di Indonesia meningkat cukup pesat daripada tahun sebelumnya. Dengan adanya penggunaan obat tradisional yang meningkat memberikan dorongan adanya perkembangan industri obat tradisional sehingga menjadi potensi nilai ekonomi yang tinggi. Obat tradisional sendiri diklasifikasikan oleh BPOM meliputi Fitofarmaka, Obat Herbal Terstandar, dan Jamu (BPOM, 2019).

Fitofarmaka menurut BPOM adalah salah satu produk obat tradisional yang telah melalui uji praklinik serta uji klinik yang mengandung bahan-

bahan alam seperti mineral, hewan maupun tumbuhan, yang bahan baku dan produknya telah distandarisasi (BPOM, 2019). Fitofarmaka di Indonesia di tahun 2019 telah memiliki 23 produk yang berasal dari bahan-bahan alam yang meliputi tumbuhan maupun hewan (BPOM, 2019). Dengan demikian Fitofarmaka diharapkan dapat disejajarkan dengan produk obat modern, sehingga bisa diterima serta digunakan dalam pelayanan kesehatan formal (Yuslianti et al., 2016).

Willingness To Pay adalah kesediaan seseorang untuk mengeluarkan imbalan atas jasa atau barang yang diterima olehnya (Mabud, Zulaeha, Marsaoly, 2019). Tujuan dari kegiatan ekonomi ini sebagai landasan model respon harga yang menginformasikan keputusan harga produk dan sebagai rujukan harga pengenalan produk baru sebelum pemasaran (Schmidt & Bijmolt, 2020). Penelitian *willingness to pay* telah banyak dilakukan oleh berbagai peneliti dengan variabel yang beragam sesuai dengan tujuan masing-masing penelitian. Seperti pada penelitian yang dilakukan Meng et. al., (2020) yang bertujuan untuk mengidentifikasi familiaritas, kepercayaan dan *willingness to pay* pasien terhadap pengobatan tradisional China (TCM) di fasilitas pusat kesehatan komunitas. Variabel yang berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay* dalam penelitian tersebut meliputi status pendidikan, pendapatan tiap bulan, pengeluaran tiap bulan, pengeluaran tiap bulan untuk Kesehatan, jumlah komunitas yang menyediakan TCM dan kepercayaan pasien terhadap TCM. Penelitian serupa yang dilakukan oleh Animashaun et. al., (2013) yang bertujuan menguji validitas manfaat Nutraceutical yang diklaim dari produk Moringa oleifera melalui kacamata persepsi konsumen dan *willingness to Pay* (WTP) untuk manfaat yang dirasakan. Variabel yang berpengaruh signifikan terhadap *willingness to pay* pada penelitian tersebut meliputi gender, kepuasan manfaat yang dirasakan, tingkat pendidikan dan latar belakang pekerjaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian observasional dengan pendekatan *Cross-sectional*. Penelitian ini dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner secara online dengan

memanfaatkan google form sebagai media penyebaran kuesioner terhadap Mahasiswa Farmasi Universitas Muhammadiyah Malang pada bulan Juni hingga September 2022.

Populasi pada penelitian ini mencakup Mahasiswa yang sedang menjalani program studi Farmasi di Universitas Muhammadiyah Malang. Kriteria inklusi pada penelitian ini meliputi Responden yang mengonsumsi Fitofarmaka (New Divens, New Divens Rasa Jeruk Beri, Stimuno Forte, Stimuno Rasa Anggur, Stimuno Rasa Jeruk Beri, Stimuno Sirup dan Redacid) dalam kurun waktu 6 bulan terakhir.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan non-probabilitas dengan jenis *Purposive Sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik yang dikenal dengan istilah *judgement sampling* yang penentuan sampel berdasarkan pada pertimbangan kriteria inklusi (Ismail, 2018).

Terdapat 2 analisis yang dilakukan pada penelitian ini yang meliputi analisis univariat (deskriptif) dan *willingness to pay* (WTP). Analisis univariat pada penelitian ini disajikan dalam data distribusi dan kategorisasi. Analisis WTP di penelitian ini menggunakan pendekatan Contingent Valuation Method (CVM) yang terdiri dari 3 tahapan yang meliputi: membuat pasar hipotetik, membuat nilai penawaran atau lelang, dan memperkirakan rata-rata WTP.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis univariat (deskriptif) adalah analisis yang digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan variabel-variabel pada suatu penelitian (Nindynar Rikatsih et al., 2021). Pada penelitian ini disajikan dalam bentuk data kategorik dan tabel distribusi. Data yang tidak memiliki kategori, maka dilakukan kategorisasi menggunakan distribusi kecenderungan menurut Ananda dan Fadhli (2018) dengan tahapan-tahapan sebagai berikut:

- Menentukan mean ideal (Mi) dan simpangan baku ideal (S_{Bi})

$$Mi = \frac{1}{2} (\text{Jumlah uang saku tertinggi} + \text{jumlah uang saku terendah})$$

$$S_{Bi} = \frac{1}{6} (\text{Jumlah uang saku tertinggi} - \text{jumlah uang saku terendah})$$

- Membuat tabel kategorisasi

Tabel 1. Kategorisasi distribusi kecenderungan

Kategori	Interval
Sangat Tinggi	$X > Mi + 1,5 S_{Bi}$
Tinggi	$Mi + 0,5 S_{Bi} < X \leq Mi + 1,5 S_{Bi}$

Sedang	$Mi - 0,5 S_{Bi} < X \leq Mi + 0,5 S_{Bi}$
Rendah	$Mi - 1,5 S_{Bi} < X \leq Mi - 0,5 S_{Bi}$
Sangat Rendah	$X \leq Mi - 1,5 S_{Bi}$

X = Nilai yang diperoleh

Mi = Mean ideal

S_{Bi} = Simpangan baku ideal

- Tahap ketiga dengan menentukan frekuensi serta persentase untuk menjelaskan kecenderungan data setiap variabel pada penelitian.

Tabel 2. Distribusi Jumlah Responden Tiap Angkatan

Angkatan	Jumlah Responden	Persentase Responden
2018	24	26,1%
2019	22	23,9%
2020	26	28,3%
2021	20	21,7%
Total	92	100%

Responden yang menjadi sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa S1 Farmasi UMM tahun angkatan 2018-2021. Pada penelitian ini dilakukan pembagian responden pada tiap angkatan menggunakan rumus slovin sehingga di dapatkan jumlah responden masing-masing angkatan sesuai tabel di atas.

Tabel 3. Jenis kelamin

Jenis Kelamin Responden	Responden	
	Jumlah	Persentase
Laki-laki	15	16,3%
Perempuan	77	83,7%
Total	92	100%

Berdasarkan deskripsi jenis kelamin pada tabel di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa responden dari tahun angkatan 2018-2021 didominasi oleh mahasiswi jenis kelamin perempuan sebanyak 77 dengan persentase sebesar (83,7%) dibandingkan mahasiswa laki-laki sebanyak 15 dengan persentase (16,3%). Hal ini dikarenakan terdapat perbedaan perilaku atau sikap antara laki-laki dan perempuan, di mana perilaku atau sikap perempuan dalam menilai suatu produk dalam gaya hidup yang semakin meningkat, standar, prioritas dan konteks komunal lebih signifikan daripada laki-laki (Ramprabha, 2017).

Tabel 4. Jumlah Anggota Keluarga

Kategori	Responden	
	Jumlah	Persentase
Keluarga Kecil	25	27,17%
Keluarga Sedang	61	66,30%
Keluarga Besar	6	6,52%
Total	92	100%

Berdasarkan data distribusi kategori keluarga responden, yang diklasifikasikan menurut Badan Pusat Statistik (BPS) meliputi keluarga kecil (1-3) orang, keluarga sedang (4-6) orang, dan keluarga besar (>6) orang, dari 92 responden Mahasiswa Farmasi angkatan tahun 2018-2021 sebagian besar berasal dari keluarga sedang sebanyak 61 dengan persentase 66,3%. Jumlah anggota keluarga adalah peran penting dalam kesediaan membayar suatu produk, seperti di dalam penelitian yang dilakukan oleh Towoliu & Tumbuan (2017) memberikan hasil bahwa keluarga merupakan salah satu faktor terhadap sikap keputusan membeli suatu produk.

Tabel 5. Jumlah Uang Saku/Pendapatan

Kategori	Responden	
	Jumlah	Persentase
Sangat Tinggi	1	1,09%
Tinggi	4	4,35%
Sedang	9	9,78%
Rendah	27	29,35%
Sangat Rendah	51	55,43%
Total	92	100%

Variabel uang saku pada penelitian ini dilakukan kategorisasi dikarenakan tidak ada kategori baku untuk variabel uang saku, sehingga didapatkan kategori dengan interval yang meliputi: sangat tinggi ($X > 3.050.000$), tinggi ($2.416.667 < X \leq 3.050.000$), sedang ($1.783.333,35 < X \leq 2.416.667$), rendah ($1.150.000,05 < X \leq 1.783.333,35$), dan sangat rendah ($X \leq 1.150.000,05$).

Berdasarkan kategorisasi uang saku per bulan pada Tabel di atas dapat diketahui bahwa uang saku/pendapatan mahasiswa Farmasi UMM angkatan 2018-2021 memiliki uang saku per bulan dengan kategori sangat rendah yaitu kurang dari Rp. 1.150.000,05. Hal ini selaras dengan penelitian dari Aidi et. al. (2020) yang berjudul "Relationship Of Gender And Package With The Depression Level Of New Students Of The Airlangga University PSDKU In Banyuwangi". Pada penelitian tersebut diketahui bahwa sebagian besar mahasiswa/i

mendapatkan uang saku \leq Rp.1.000.000,00. Penelitian lain seperti yang dilakukan oleh Cahya dan Setyarini (2020) menyatakan bahwa besaran uang saku yang diterima oleh mahasiswa/i Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa per bulan terdapat pada kisaran \leq Rp. 1.000.000,00. Besaran uang saku/pendapatan yang diterima oleh seseorang mempengaruhi perilaku konsumsinya (Rismayanti & Oktapiani, 2020).

Tabel 6. Distribusi Merek Fitofarmaka Yang Pernah Dikonsumsi

Merek	Responden	
	Jumlah	Persentase
New Divens	0	0%
New Divens Rasa Jeruk Beri	0	0%
Stimuno Forte	50	54,35%
Stimuno Rasa Anggur	14	15,22%
Stimuno Rasa Jeruk Beri	6	6,52%
Stimuno Sirup	16	17,39%
Redacid	6	6,52%
Total	92	100%

Berdasarkan distribusi merek Fitofarmaka yang pernah dikonsumsi responden pada tabel tersebut dapat diamati bahwa sebagian besar responden mengonsumsi produk Fitofarmaka dengan merek Stimuno Forte dengan total responden 50 orang (54,35%). Hal ini mungkin disebabkan karena Stimuno Forte memiliki aktivitas yang kuat untuk melawan COVID-19 yang sedang melanda pada saat ini (Marhaeny et al., 2021).

Tabel 7. Kategori Skor Pengalaman Mengonsumsi

Kategori	Responden	
	Jumlah	Persentase
Sangat Tinggi	16	17,39%
Tinggi	38	41,30%
Sedang	20	21,74%
Rendah	11	11,96%
Sangat Rendah	7	7,61%
Total	92	100%

Variabel pengalaman mengonsumsi pada penelitian ini dilakukan kategorisasi dikarenakan tidak ada kategori baku untuk variabel pengalaman mengonsumsi, sehingga didapatkan kategori dengan interval yang meliputi: sangat tinggi ($X > 41,95$), tinggi ($38,65 < X \leq 41,95$), sedang ($35,35 < X \leq 38,65$), rendah ($32,05 < X \leq 35,35$), dan sangat rendah ($X \leq 32,05$).

Berdasarkan kategorisasi distribusi kecenderungan pada tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar Mahasiswa Farmasi angkatan 2018-2021 memiliki nilai skor pengalaman mengonsumsi dengan kategori tinggi yaitu pada rentang interval $38,65 < X \leq 41,95$ dengan persentase sebesar (41,30%). Skor pengalaman mengonsumsi yang tinggi menunjukkan kepuasan responden terhadap produk Fitofarmaka dan mempengaruhi pada perilaku atau sikap dalam pembelian berikutnya (Ansari Harahap et al., 2018). Hal ini disebabkan ketika proses konsumsi dilakukan, responden mengalami kegunaan dan mendapatkan *outcome* dari suatu produk sesuai dengan harapannya (Muthu, 2018).

Analisis selanjutnya yaitu analisis *willingness to pay* (WTP) dengan metode *Contingent Valuation Method* (CVM). CVM merupakan metode dengan pendekatan berdasarkan kuesioner kepada konsumen berapa maksimum kesediaan membayar (WTP) terhadap suatu produk atau jasa (Hasbiah et al., 2018). CVM merupakan metode yang digunakan untuk memperkirakan nilai ekonomi pada suatu komoditas lingkungan yang tidak memiliki pasar (Noviati Sadikin et al., 2017). Namun metode ini sekarang juga diaplikasikan pada sektor non-lingkungan khususnya sektor kesehatan dan transportasi (Oerlemans et al., 2016).

Tahap pertama pada metode CVM yaitu memberikan responden gambaran informasi berupa karakteristik produk fitofarmaka (pengertian fitofarmaka, kelebihan dan kekurangan fitofarmaka, klaim khasiat fitofarmakan, dan contoh produknya), keamanan fitofarmaka, dan manfaat fitofarmaka. Tahap kedua yaitu mendapatkan nilai lelang yang dilakukan untuk mendapatkan nilai maksimum suatu produk atau jasa yang bersedia dibayar oleh responden. Untuk mendapatkan nilai lelang, maka dilakukan pendekatan survei melalui wawancara secara langsung maupun melalui telepon, atau dengan menggunakan kuesioner. Pada penelitian ini menggunakan kuesioner dengan teknik *close ended question* untuk mendapatkan nilai maksimum yang responden bersedia untuk dibayar. Pada tahapan ini responden diminta memilih 8 opsi harga maksimum Fitofarmaka yang bersedia dibayarkan oleh responden, dengan rentang harga Rp. 11.000 hingga Rp. 80.000. Harga tersebut merupakan harga yang ada di pasaran produk fitofarmaka yang digunakan pada penelitian ini. Berdasarkan tabel di bawah ini dapat diketahui bahwa mayoritas responden bersedia membayar Rp. 30.000 dengan persentase sebesar (30,44%).

Tabel 8. *Wilingness to Pay*

WTP (Rp)	Responden	
	Jumlah	Persentase
11.000,-	12	13,04%
20.000,-	24	26,09%
30.000,-	28	30,44%
40.000,-	11	11,96%
50.000,-	12	13,04%
60.000,-	1	1,09%
70.000,-	2	2,17%
80.000,-	2	2,17%
Total	92	100%

Variabel WTP pada penelitian ini dilakukan kategorisasi dikarenakan tidak ada kategori baku untuk variabel WTP, sehingga didapatkan kategori dengan interval yang meliputi: sangat tinggi ($X > 62.750$), tinggi ($51.250 < X \leq 62.750$), sedang ($39.750 < X \leq 51.250$), rendah ($28.250 < X \leq 39.750$), dan sangat rendah ($X \leq 28.250$), sehingga dapat dijabarkan pada tabel berikut:

Tabel 9. *Kategori Wilingness to Pay*

Kategori	Responden	
	Jumlah	Persentase
Sangat Tinggi	4	4,35%
Tinggi	1	1,09%
Sedang	23	25,00%
Rendah	28	30,43%
Sangat Rendah	36	39,13%
Total	92	100%

Berdasarkan persebaran data WTP di atas diperoleh hasil dengan mayoritas 36 responden (39,13%) yang memilih harga \leq Rp. 28.250,00. Hal ini disebabkan karena tiap-tiap responden memiliki pola konsumsi dan prioritas yang berbeda-beda terutama responden yang berada di tempat rantau, yang mana terdapat biaya rutin yang wajib dibayarkan oleh responden sebagai sarana penunjang hidupnya selama di tempat rantau seperti biaya listrik, air dan kebutuhan harian lainnya (Rismayanti & Oktapiani, 2020).

Langkah terakhir *Contingent Valuation Method* (CVM) yaitu menghitung rata-rata WTP responden. Nilai rata-rata WTP responden diperoleh berdasarkan rasio nilai WTP yang bersedia dibayarkan oleh responden dan jumlah total responden. Berdasarkan tabel di bawah ini diperoleh nilai rata-rata WTP responden untuk produk Fitofarmaka yaitu seharga Rp. Rp.31.000,-.

Tabel 10. Rata-rata WTP

WTP (Rp)	Jumlah	WTP x Jumlah Responden (Rp)
11.000,-	12	132.000,-
20.000,-	24	480.000,-
30.000,-	28	840.000,-
40.000,-	11	440.000,-
50.000,-	12	600.000,-
60.000,-	1	60.000,-
70.000,-	2	140.000,-
80.000,-	2	160.000,-
Total	92	2.852.000,-
Rata-rata WTP		31.000,-

Hasil WTP produk Fitofarmaka pada penelitian ini tergolong cukup rendah yaitu sebesar Rp. 31.000,00,-. Hal ini dikarenakan pendapatan/uang saku responden yang juga masuk dalam kategori sangat rendah, yaitu kurang atau sama dengan Rp. 1.150.000,05,. Berdasarkan hasil penelitian dari Arista dan Saptutyningasih (2020) memperoleh hasil bahwa pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap WTP. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Chen et. al. (2019) memperoleh hasil bahwa pendapatan yang diperoleh seseorang mempengaruhi kesediaan membayarnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis *willingness to pay* (WTP) dengan menggunakan metode *Contingent Valuation Method* (CVM), diketahui nilai WTP untuk produk Fitofarmaka pada responden mahasiswa /mahasiswi Farmasi UMM angkatan 2018-2021 adalah sebesar Rp. 31.000,00.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada semua pihak yang membantu dalam proses penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aidi, B., Febriyanti, A., Mega, M., & Mandagi, A. M. (2021). Hubungan Jenis Kelamin dan Uang Saku dengan Tingkat Depresi pada Mahasiswa Baru PSDKU Universitas Airlangga di Banyuwangi. *Journal of Community Mental Health and Publix Policy*, 2655, 11–18. ISSN: 2622-2655
- Ananda, R., & Fadhli, M. (2018). *Statistika Pendidikan: Teori dan Praktik Dalam Pendidikan*. Medan: CV. WIDYA PUSPITA (Vol. 11, Issue 3). ISBN: 9786025102226. Hal. 58-59.

Animashaun, J. O., Williams, F. E., & Toye, A. A. (2013). Towards validating moringa's nutraceutical benefits: An examination of consumers' perspectives vis-à-vis health benefits efficacy and willingness to pay. *Agris On-Line Papers in Economics and Informatics*, 5(2), 11–21. DOI: <https://doi.org/10.22004/ag.econ.152687>

Ansari Harahap, D., Amanah, D., & Fauzia Agustini, D. (2018). Effect of Product Completeness and Price Effect of Product Completeness and Price on Consumer Purchasing Decision in SMEs Market Medan. *Jurnal Manajemen*, XXII(01), 47–61. DOI: <https://doi.org/10.24912/jm.v22i1.312>

Arista, S. A., & Saptutyningasih, E. (2020). Estimation of Willingness to Pay for Development and Preservation of Liwa Botanical Garden Indonesia. *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 4(2), 118–128. DOI: <https://doi.org/10.18196/jerss.v4i2.10103>

BPOM. (2019). Potensi Obat Herbal Indonesia. www.pom.go.id. Diakses pada 16 Mei 2021. <https://www.pom.go.id/new/view/more/pers/531/Potensi-Obat-Herbal-Indonesia.html>

Cahaya, A. D., & Setyarini, E. (2020). Menguji Keputusan Berinvestasi Dari Perspektif Pembelajaran Pasar Modal, Kemajuan Teknologi, Uang Saku Mahasiswa dan Bauran Pemasaran. *Upajiwa Dewantara*, 4(1), 60–72. <https://doi.org/https://doi.org/10.26460/mmud.v4i1.6857>

Chen, Y., Wang, J., & Yu, Y. (2019). A Study on Consumers' Willingness to Pay for Remanufactured Products: A Study Based on Hierarchical Regression Method. *Frontiers in Psychology*, 10(September), 1–9. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02044>

Hasbiah, A. W., Rochaeni, A., & Sutopo, A. F. (2018). Analisis Kesediaan Membayar (Willingness To Pay) Dan Kesediaan Untuk Menerima Kompensasi (Willingness To Accept) Dari Keberadaan Tempat Penampungan Sementara Ciwastra Dengan Contingent Valuation Method. *Infomatek*, 20(2), 107. <https://doi.org/10.23969/infomatek.v20i2.1211>

- Noviati Sadikin, P., Mulatsih, S., Pramudya Noorachmat, B., & Susilo Arifin, H. (2017). Analisis Willingness-To-Pay Pada Ekowisata Taman Nasional Gunung Rinjani. *Jurnal Analisis Kebijakan Kehutanan*, 14(1), 31–46. DOI: <https://doi.org/10.20886/jakk.2017.14.1.31-46>
- Ismail, F. (2018). *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan dan Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Prenadamedia Group. ISBN: 9786024222093, hal. 46. <https://books.google.co.id/books?id=D9B1DwAAQBAJ>
- Jumiarni, W. O., & Komalasari, O. (2017). Eksplorasi Jenis Dan Pemanfaatan Tumbuhan Obat Pada Masyarakat Suku Muna Di Permukiman Kota Wuna. *Traditional Medicine Journal*, 22(1), 45–56. ISSN-p: 1410-5918
- Marhaeny, H. D., Widyawaruyanti, A., Widiandani, T., Fuad Hafid, A., & Wahyuni, T. S. (2021). Phyllanthin and hypophyllanthin, the isolated compounds of *Phyllanthus niruri* inhibit protein receptor of corona virus (COVID-19) through in silico approach. *Journal of Basic and Clinical Physiology and Pharmacology*, 32(4), 809–815. <https://doi.org/10.1515/jbcpp-2020-0473>, ISSN: 2191-0286
- Meng, F., Ji, Z., Song, F., Bai, T., Fan, X., & Wang, D. (2020). Patients' familiarity with, trust in and willingness to pay for traditional Chinese medicine in Chinese community health care centres. *European Journal of Integrative Medicine*, 36(December 2019), 101118. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.eujim.2020.101118>
- Muthu, S. S. (2018). *Consumer Behaviour and Sustainable Fashion Consumption*. Singapura: Springer Singapore. ISBN: 9789811312656, hal. 65. <https://books.google.co.id/books?id=M3lhDwAAQBAJ>
- Nindynar Rikatsih, et. al.. (2021). *Metodologi Penelitian di Berbagai Bidang*. Media Sains Indonesia. ISBN 9786233621120, hal. 79. <https://books.google.co.id/books?id=cqFIEAAQBAJ>
- Oerlemans, L. A. G., Chan, K. Y., & Volschenk, J. (2016). Willingness to pay for green electricity: A review of the contingent valuation literature and its sources of error. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 66(December), 875–885. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.rser.2016.08.054>
- Ramprabha, K. (2017). Consumer Shopping Behaviour And The Role Of Women In Shopping-A Literature Review. *Research journal of Social Science & Management*, ISSN: 2251-1571
- Rismayanti, & Oktapiani. (2020). Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. *Nusantara Journal of Economics (NJE)*, 2019, 31–37. DOI: <https://doi.org/10.37673/nje.v2i02.859>, ISSN : 2714-5204
- Sari Dewi, R., Wahyuni, N., Pratiwi, E., & Muharni, S. (2019). Penggunaan Obat Tradisional Oleh Masyarakat Di Kelurahan Tuah Karya Kota Pekanbaru. *Jurnal Penelitian Farmasi Indonesia* 8(1), September 2019, 8(September). DOI: <https://doi.org/10.51887/jpfi.v8i1.71>
- Schmidt, J., & Bijmolt, T. H. A. (2020). Accurately measuring willingness to pay for consumer goods: a meta-analysis of the hypothetical bias. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(3), 499–518. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00666-6>
- Towoliu, J. E. ., & Tumbuan, W. J. F. . (2017). Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Waroeng Tepi Laut, Manado. *Jurnal EMBA*, 5(2), 308–322. DOI: <https://doi.org/10.35794/emba.5.2.2017.15618>
- Yuliani, N., & Rahmatiah. (2020). Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, Dan Jenis Kelamin Terhadap Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Matematika UIN Alauddin Makassar. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 6(1), 12–20. DOI: <http://dx.doi.org/10.35906/jep01.v6i1.464>