

8

**ANALISIS PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI
SUSU FORMULA**

**(Studi Kasus di Kelurahan Tegal Gundil, Kecamatan Bogor Utara,
Kotamadya Bogor, Propinsi Jawa Barat)**

Oleh

NINA TRESNAWATI

A 29.1088



JURUSAN GIZI MASYARAKAT DAN SUMBERDAYA KELUARGA

FAKULTAS PERTANIAN

INSTITUT PERTANIAN BOGOR

1997

RINGKASAN

NINA TRESNAWATI. Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Susu Formula (Studi Kasus di Kelurahan Tegal Gundil, Kecamatan Bogor Utara, Kotamadya Bogor). (Dibawah bimbingan UJANG SUMARWAN dan DIAH K. PRANADJI).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik demografi ibu rumah tangga pengguna susu formula; mengetahui proses keputusan yang dilalui dalam melakukan pembelian susu formula serta motivasi dan pengalaman; mengetahui tipe pengambilan keputusan; meneliti hubungan antara karakteristik demografi dengan tahap-tahap dalam proses keputusan; dan memberikan gambaran profil sumber informasi berdasarkan karakteristik demografi responden.

Penelitian dilakukan di Kelurahan Tegal Gundil, Kecamatan Bogor Utara, Kotamadya Bogor, Propinsi Jawa Barat dari bulan September sampai Oktober 1996. Responden berjumlah 91 orang. Data yang dikumpulkan merupakan data primer dan sekunder. Data primer meliputi identitas keluarga, pendapatan, proses keputusan, motivasi dan pengalaman. Data sekunder meliputi letak dan keadaan geografi, pendidikan, serta pekerjaan penduduk yang diperoleh dari data monografi Bulan Juni 1996.

Data mengenai identitas keluarga (usia, tingkat pendidikan, status pekerjaan dan pendapatan per kapita), proses pengambilan keputusan, motivasi dan pengalaman, dikelompokkan berdasarkan jawaban yang sama dan ditampilkan dalam bentuk tabel kontingensi. Uji chi-kuadrat (Daniel, 1989) digunakan untuk pengujian hubungan antara karakteristik demografi dengan tahap-tahap dalam proses pengambilan keputusan. Analisis korespondensi (Greenacre, 1984) digunakan untuk menampilkan profil sumber informasi responden berdasarkan karakteristik demografi.

Berdasarkan hasil penelitian, responden yang menggunakan susu formula berusia antara 17 - 49 tahun, terbesar berpendidikan SMP, status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga dengan pendapatan perkapita Rp. 37.500,00 - Rp. 151.190,48.

Pada umumnya responden membeli susu formula setelah melampaui tahap-tahap dalam proses pengambilan keputusan. Pada tahap pengenalan masalah, masalah yang dirasakan responden adalah masalah yang berhubungan dengan pekerjaan (31,9%), produksi air susu ibu yang tidak mencukupi (22,0%), serta pertumbuhan dan perkembangan bayi (19,8%). Masalah tersebut menjadi pendorong (motif) bagi responden untuk membeli dan menggunakan susu formula.

Pada tahap pencarian informasi, sebagian besar responden melakukan pencarian secara pasif (38,5%), bahkan ada responden yang tidak melakukan pencarian (36,2%) sedangkan sisanya mencari informasi lebih lanjut (25,3 %). Informasi dapat diperoleh responden dari berbagai sumber informasi seperti televisi, majalah, dokter, teman atau kerabat.

Pada tahap evaluasi alternatif, sebagian besar responden melakukan perbandingan merek (50,5%). Merek yang dibandingkan berkisar antara dua sampai enam merek. Aspek yang paling dipertimbangkan dalam menentukan pilihan adalah kandungan zat gizi (67,0%).

Pada tahap pembelian, responden memilih tempat yang dirasa sesuai dengan karakteristik demografi. Tempat responden melakukan pembelian adalah di pasar swalayan (43,9%) dan bukan pasar swalayan (56,1%), misalnya di warung atau apotik.

Pada tahap hasil pembelian, sebagian besar (54,9%) responden menyatakan puas dan setelah menggunakan produk yang dibeli, sebesar 33,0% responden menyatakan biasa bahkan tidak ada responden yang menyatakan tidak puas.

Karakteristik demografi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam penelitian ini adalah usia, pendidikan dan status pekerjaan, berdasarkan uji chi-kuadrat pada taraf signifikansi 0,05. Pengaruh dari ketiga faktor dirasakan terutama pada tahap pencarian informasi dan pembelian.

Motivasi responden dalam membeli susu formula lebih menekankan pada motivasi *utilitarian* (92,3%). Penekanan motivasi ini dapat dilihat dari pentingnya manfaat produk bagi responden. Hanya 17,7% yang bermotivasi *hedonik* yaitu motivasi yang menekankan pada respon emosional, kesenangan indera dan pertimbangan estetis.

Sebagian besar responden (72,5%) telah mempunyai pengalaman dalam menggunakan susu formula. Pengalaman ini akan mempercepat proses pengambilan keputusan terutama pada tahap pencarian informasi dan evaluasi alternatif.

Berdasarkan ciri (karakteristik) proses pengambilan keputusan yang dilalui responden, maka tipe pemecahan masalah dalam pembelian susu formula ini cenderung mengarah pada tipe pemecahan masalah rutin/kebiasaan.

Profil tahap pencarian informasi responden memberikan gambaran mengenai adanya asosiasi antara sumber informasi yang paling dipercaya (petugas kesehatan) dengan karakteristik demografi (usia: 25-34 tahun, dan pekerjaan: ibu bekerja) serta memberikan gambaran adanya asosiasi antara segi yang menarik dari sumber dengan karakteristik demografi. Cara penyampaian pesan berasosiasi dengan pendapatan per kapita responden (Rp 37.500 - Rp 151.190) dan pendidikan (SD-SMP) sedangkan isi pesan berasosiasi dengan pendapatan (Rp 151.191 - Rp 833.333) dan pendidikan (SMA dan Universitas).

**ANALISIS PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI
SUSU FORMULA**
(Studi Kasus di Kelurahan Tegal Gundil, Kecamatan Bogor Utara,
Kotamadya Bogor, Propinsi Jawa Barat)

Skripsi
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian
Institut Pertanian Bogor

Oleh
NINA TRESNAWATI
A 29.1088

**JURUSAN GIZI MASYARAKAT DAN SUMBERDAYA KELUARGA
FAKULTAS PERTANIAN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR**

1997

Judul : ANALISIS PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MEMBELI SUSU
FORMULA (Studi Kasus di Kelurahan Tegal
Gundil, Kecamatan Bogor Utara, Kotamadya Bogor,
Propinsi Jawa Barat)

Nama Mahasiswa : NINA TRESNAWATI

Nomor Pokok : A 29.1088

Menyetujui :

Dosen Pembimbing I



Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc.
NIP. 131578791

Dosen Pembimbing II



Ir. Diah K. Pranadji, M.S.
NIP. 131476543

Mengetahui :



Ketua Jurusan GSMK
Pelaksana Harian,



Ali Khomsan, M.S.
NIP. 131404218

Tanggal lulus : 29 Januari 1997