

INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sikap, norma subyektif dan minat ibu dalam memilih produk susu formula bagi bayi. Obyek dalam penelitian ini adalah produk susu formula Morinaga dan SGM 1. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh ibu bayi yang mempunyai bayi usia 0-6 bulan di Kecamatan Jetis Kotamadya Yogyakarta. Sampel diambil dengan *purposive sampling* sejumlah 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan skala Likert. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh sikap dan norma subyektif terhadap minat memilih produk susu formula dan analisis diskriminan untuk menguji pengaruh minat memilih produk susu formula terhadap keputusan pembelian Mengacu pada *Reasoned Action Model* dari Fishbein, maka minat ibu dalam memilih produk susu formula bagi bayi dipengaruhi oleh sikap dan norma subyektif.

Hasil penelitian menunjukkan, bahwa sikap dalam memilih produk susu formula SGM 1 dan Morinaga termasuk dalam kategori cukup positif. Norma subyektif dalam memilih produk susu formula SGM 1 dan Morinaga termasuk dalam kategori cukup kuat. Minat dalam memilih produk susu formula SGM 1 dan Morinaga termasuk dalam kategori cukup tinggi. Sikap dalam memilih produk susu formula berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih produk susu formula bagi bayi. Norma subyektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih produk susu formula bagi bayi. Minat memilih produk susu formula bagi bayi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk susu formula yang mahal atau ekonomis.

Kata Kunci: Sikap, Norma Subyektif, Minat, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This Research is conducted to analyse attitude, subjective norm and mother enthusiasm in choosing milk product of formula to baby. Obyek in this research is milk product of formula Morinaga and of SGM 1. Population in this research is all baby mother having age baby 0-6 months in District Of Jetis Municipality of Yogyakarta. Sampel taken with sampling purposive a number of 100 responder. Data collecting conducted by using kuesioner with scale of Likert. Technique Analysis use doubled linier regresi to test influence of attitude and subjective norm to enthusiasm chosen milk product of formula analysis and of diskriminan to test influence of enthusiasm chosen milk product of formula to decision of purchasing Relate at Reasoned Action Model from Fishbein, hence mother enthusiasm in choosing milk product of formula to baby influenced by attitude and subjectiver norm.

Result of research show, that attitude in choosing milk product of formula SGM 1 and Morinaga of is included in positive category enough. Subjective norm in choosing milk product of formula SGM 1 and Morinaga of is included in category enough strength. Enthusiasm in choosing milk product of formula SGM 1 and Morinaga of is included in high category enough. Attitude in choosing milk product of formula have an effect on positive and signifikan to enthusiasm chosen milk product of formula to baby. Subjectiver norm have an effect on positive and signifikan to enthusiasm chosen milk product of formula to baby. Enthusiasm chosen milk product of formula to baby have an effect on positive and signifikan to decision of purchasing of milk product of formula economic or costly.