



**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP
BENTUK KEMASAN SUSU BUBUK MEREK FRISIAN FLAG
PADA KELURAHAN TAMALANREA
KECAMATAN TAMALANREA, MAKASSAR**

SKRIPSI

OLEH :

PERPUSDA	UNIVERSITAS HASANUDDIN
Tgl. Terbit	4 - 2 - 2002
Angk.	fab. Peternakan
Ban.	1 ek
Harga	Hadiah
No. Inventaris	020214.036
No. Klas	16796

MUHAMMAD NUR AZHAR



**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2001**

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP
BENTUK KEMASAN SUSU BUBUK MEREK FRISIAN FLAG
PADA KELURAHAN TAMALANREA
KECAMATAN TAMALANREA, MAKASSAR**

SKRIPSI

OLEH :

MUHAMMAD NUR AZHAR

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pada Fakultas Peternakan
Universitas Hasanuddin, Makassar**

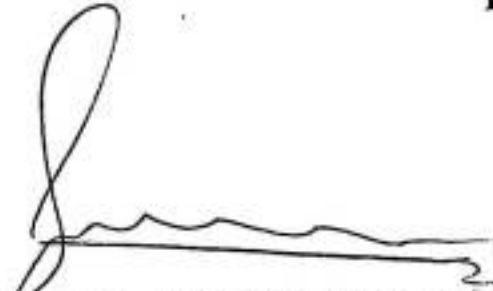
**FAKULTAS PETERNAKAN
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2001**

Judul Penelitian : Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Bentuk Kemasan Susu Bubuk Merek Frisian Flag Pada Kelurahan Tamalanrea, Kecamatan Tamalanrea, Makassar.

Nama Peneliti : **Muhammad Nur Azhar**

Nomor Pokok : 1311 97 057

**Skripsi Telah Diperiksa
Dan Disetujui Oleh :**



DR. ir. H. Ahmad R. Siregar, MS
Pembimbing Utama




Ir. Martha B. Rombe, MP
Pembimbing Anggota

Diketahui Oleh :



Prof. DR. Ir. M. S. Effendi Abustam, M.Sc.
Dekan Fakultas Peternakan



Ir. Muhammad Djufri Pahi
Ketua Jurusan

Tanggal Lulus : Desember 2001

RINGKASAN

Meningkatnya jumlah penduduk dan pendapatannya akan meningkatkan konsumsi terhadap produk peternakan dan hasil olahannya. Kecenderungan tersebut memberikan prospek yang cerah bagi peternakan dengan keinginan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan gizi terutama susu sebagai makanan penunjang.

Salah satu dari industri pengolahan susu adalah *Frisian Flag*. Perusahaan pengolahan susu merek *Frisian Flag* melakukan proses produksi dan menghasilkan produk yang akan ditawarkan kepada masyarakat dengan berbagai kemasan sehingga memberikan pilihan kepada konsumen dalam memilih kemasan. Sehubungan dengan hal tersebut, maka dalam penelitian ini akan dilihat pengaruh bentuk kemasan terhadap preferensi konsumen dan kemasan yang banyak menjadi preferensi konsumen.

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka dirumuskan masalah yaitu apakah bentuk kemasan berpengaruh terhadap preferensi konsumen dan kemasan yang banyak menjadi preferensi konsumen di Kelurahan Tamalanrea, Kecamatan Tamalanrea, Kotamadya Makassar.

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Tamalanrea Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar. Yang dilaksanakan selama dua (2) bulan yaitu dari bulan Agustus sampai dengan bulan September 2001.

Kemasan yang dilihat disini adalah kemasan kaleng, kotak dan sachet. Jumlah pembelian terbanyak yang dilakukan oleh responden pada tiga kemasan tersebut adalah kemasan kaleng.

Dari hasil penelitian dengan menggunakan analisa Chi – Kuadrat diperoleh hasil yaitu X^2 hitung yaitu 24,983. Apabila dibandingkan dengan tabel distribusi Chi -- kuadrat pada taraf $\alpha = 0.01$, maka X^2 hitung lebih besar dari X^2 tabel ($24,983 > 9,21$). Hal ini berarti terhadap pengaruh yang sangat nyata ($P < 0,01$) antara bentuk kemasan terhadap preferensi konsumen yang dilakukan oleh konsumen di Kelurahan Tamalanrea, Kecamatan Tamalanrea, Makassar.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul “ Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Bentuk Kemasan Susu Bubuk Merek Frisian Flag Pada Kelurahan Tamalanrea, Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar”.

Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan tugas akhir untuk memperoleh gelar Sarjana Peternakan (S.Pt) pada Fakultas Peternakan Universitas Hasanuddin Makassar. Dalam kesempatan ini perkenankanlah Penulis dengan rendah hati menyampaikan terima kasih yang setinggi – tingginya kepada yang terhormat :

- Bapak DR. Ir. H. Ahmad R. Siregar, MS selaku pembimbing utama dan Ibu Ir. Martha B. Rombe, MP selaku pembimbing anggota yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan dan saran hingga selesainya Skripsi ini.
- Orangtua tercinta ayahanda H. Mustafa dan Ibunda Hj. St. Saniasa, yang senantiasa memanjatkan do'a, memberi dorongan dan pengorbanan baik moril dan materil kepada penulis, serta saudara – saudaraku atas segala bantuan dan do'a restunya.
- Bapak Prof. DR. Ir. MS. Effendi Abustam, M.Sc selaku dekan Fakultas Peternakan Unhas beserta seluruh staf Dosen khususnya jurusan Sosek



Peternakan yang telah banyak memberi bantuan selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Peternakan Unhas.

- Bapak Lurah Tamalanrea beserta warganya yang telah membantu penulis dalam penelitian ini.
- Sahabat – sahabatku : Igo, Rini, Riri, Ulla, Ami, Paradigma 97, Tobatang Crew, serta warga Himsena atas persahabatannya, keakraban, kerjasama dan bantuannya kepada penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Peternakan
- Ka' Lia yang telah banyak memberikan saran kepada penulis selama menyusun skripsi ini.
- Kepada semua pihak yang tak sempat penulis sebutkan namanya satu persatu yang telah banyak memberikan bantuannya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini mungkin ditemukan adanya kekurangan dan ketidak sempurnaan, namun penulis mengharapkan semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Amin

Makassar, Desember 2001

Muhammad Nur Azhar

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR LAMPIRAN	iii
PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Hipotesa	4
1.4. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	4
TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Tinjauan Umum Tentang Susu	5
2.2. Kemasan dan Fungsinya	6
2.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan	9
2.4. Motif Konsumen	11
METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	15
3.2. Metode Pengambilan Sampel	15
3.3. Metode Pengumpulan Data	15
3.4. Analisa Data	16
3.5. Konsep Operasional	16

KEADAAN UMUM LOKASI

4.1. Letak Geografis dan Pembagian Wilayah Administrasi	18
4.2. Keadaan Penduduk	18
4.2.1. Jumlah Penduduk	18
4.2.2. Mata Pencaharian	20
4.2.3. Pendidikan	21
4.3. Sarana dan Prasarana	22
4.3.1. Sarana Pendidikan	22
4.3.2. Sarana Kesehatan	23
4.3.3. Sarana Perdagangan dan Jasa	23

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Keadaan Umum Responden	25
5.1.1. Umur Responden	25
5.1.2. Tingkat Pendidikan	26
5.1.3. Jumlah Anggota Keluarga	27
5.1.4. Pendapatan Keluarga	27
5.2. Pengaruh Kemasan Terhadap Preferensi Konsumen	29
5.3. Preferensi Konsumen Dalam Memilih Kemasan Susu Bubuk Merek Frisian Flag	31

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan	36
6.2. Saran	36

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

No	<u>Teks</u>	Halaman
1.	Jumlah Penduduk Disetiap RW di Kelurahan Tamalanrea, Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar.	19
2.	Mata Pencaharian Penduduk di Kelurahan Tamalanrea, Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar.	20
3.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Kelurahan Tamalanrea, Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar.	21
4.	Jumlah Sarana Pendidikan di Kelurahan Tamalanrea, Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar.	22
5.	Sarana Perdagangan dan Jasa di Kelurahan Tamalanrea, Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar.	24
6.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Umur Yang Melakukan Pembelian Susu Bubuk Merek Frisian Flag di Kelurahan Tamalanrea, Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar.	25
7.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Formal yang Melakukan Pembelian Susu Bubuk Merek Frisian Flag di Kelurahan Tamalanrea, Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar.	26
8.	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga yang Melakukan Pembelian Susu Bubuk Merek Frisian Flag di Kelurahan Tamalanrea, Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar.	27
9.	Klasifikasi Tingkat Pendapatan Keluarga Responden Sebulan yang Melakukan Pembelian Susu Bubuk Merek Frisian Flag di Kelurahan Tamalanrea, Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar.	28

DAFTAR LAMPIRAN

No.	<u>Teks</u>	Halaman
1.	Identitas Responden	39
2.	Data Hasil Pengamatan Prilaku Responden Dalam Memilih Kemasan Susu Bubuk Merek Frisian Flag.....	43
3.	Data Hasil Pengamatan Banyaknya Susu Bubuk Yang Dikonsumsi Responden	46
4.	Hasil Pengolahan Data Chi Kuadrat Preferensi Konsumen Terhadap Bentuk Kemasan Susu Bubuk Merek Frisian Flag	49
5.	Tabel Chi Kuadrat	50
6.	Denah Lokasi Penelitian	51
7.	Kuesioner Penelitian	52

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu produk peternakan yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat sebagai pelengkap gizi yang dibutuhkan oleh tubuh adalah susu. Lengkapnya kandungan gizi dalam susu dan mudahnya dicerna oleh tubuh manusia, maka susu bermanfaat sebagai makanan bergizi dalam menunjang kesejahteraan demi peningkatan sumber daya manusia. Permintaan masyarakat akan susu yang semakin tinggi karena susu dianggap sebagai makanan pokok yang perlu dikonsumsi setiap hari. Oleh karena itu perlu dilakukan usaha peningkatan jumlah susu yang tersedia setiap saat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat baik melalui upaya peningkatan perbaikan genetik ternak perah, peningkatan jumlah populasi ternak perah maupun pengembangan industri pengolahan susu.

Seiring dengan hal tersebut sehingga sekarang ini banyak bermunculan industri-industri pengolahan susu. Pengembangan industri susu dalam bentuk pengolahan susu segar menjadi berbagai bentuk olahan yang dimaksudkan agar konsumsi susu dapat menyebar keseluruh lapisan masyarakat, sehingga dalam mengkonsumsi susu sesuai dengan selera yang diinginkan.

Tingginya konsumsi susu oleh masyarakat yang menyebabkan timbulnya industri-industri pengolahan susu sebagai konsekuensi dari adanya pertumbuhan dan perkembangan industri yang memungkinkan suatu perusahaan untuk menghasilkan produk yang sejenis sehingga mengakibatkan terjadinya persaingan diantara

perusahaan dalam memperoleh pasar yang seluas mungkin untuk hasil produknya. Kondisi persaingan yang ketat ini, tentu menuntut perusahaan dalam hal ini pengambil keputusan untuk lebih jeli dalam memanfaatkan peluang-peluang pasar. Perusahaan harus mampu menerapkan strategi pemasaran yang tepat sehingga upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif akan lebih efektif dan produk yang dipasarkan memberikan nilai dan kepuasan pada para pelanggan melalui penyampaian produk yang berkualitas dengan harga yang murah dan bersaing dengan produk lain yang sejenis.

Dalam hal ini yang sangat berperan adalah bagian pemasaran, karena tanpa pelaksanaan kegiatan dan strategi yang baik maka perusahaan akan semakin jauh tertinggal dari persaingan yang semakin kompetitif tersebut. Disamping itu dalam melaksanakan pemasaran, pihak manajemen perusahaan harus juga lebih meningkatkan mutu manajemennya, khusus dalam fungsi produksi, keuangan dan personalia yang saling terkait satu sama lain.

Untuk mengoptimalkan fungsi pemasaran diperlukan proses pemilihan, baik pemilihan pasar yang akan dimasuki, produk yang akan dipasarkan, berapa harga yang ditetapkan, sistem pendistribusian atas produk dan penggunaan tenaga pemasaran dalam memasarkan produknya yang kesemuanya bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan. Perusahaan dapat mencapai tujuannya yaitu mendapat laba atau profit disamping tujuan lain seperti kesinambungan dan kelancaran perusahaan. Kegiatan pemasaran dalam suatu perusahaan mempunyai ruang lingkup yang sangat luas dan meliputi berbagai segi.



Persaingan yang semakin kompetitif lebih menuntut suatu perusahaan berupaya untuk menerapkan strategi yang tepat dalam pemasaran produknya. Salah satu strategi yang diterapkan oleh pihak perusahaan adalah dengan melakukan perubahan desain bentuk kemasan produknya. Dari bentuk-bentuk kemasan yang dihasilkan, dimaksudkan dapat memberikan nilai tambah bagi konsumen dan juga perusahaan yang bersangkutan. Nilai tambah yang mungkin diperoleh oleh konsumen baik dalam hal kemudahan dalam memperolehnya (ada dimana-mana), mudah dibawa dan kemudahan-kemudahan lainnya dengan harga yang mudah dijangkau oleh semua lapisan masyarakat. Sedangkan nilai tambah bagi perusahaan itu sendiri adalah dapat meningkatkan volume penjualannya dan secara langsung akan meningkatkan keuntungan perusahaan.

Adanya jumlah permintaan susu yang berbeda dari setiap bentuk kemasan susu yang ada oleh konsumen sehingga dilakukan penelitian untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap bentuk-bentuk kemasan susu merek *Frisian Flag* pada Kelurahan Tamalanrea Kecamatan Tamalanrea, Makassar.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan masalah bahwa, apakah bentuk kemasan berpengaruh terhadap preferensi konsumen dan bentuk kemasan susu manakah yang banyak menjadi preferensi konsumen pada Kelurahan Tamalanrea Kecamatan Tamalanrea, Makassar.

1.3 Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka dapat dikembangkan hipotesa sebagai berikut : “ Diduga bahwa bentuk kemasan berpengaruh terhadap preferensi konsumen dan bentuk kemasan kaleng yang banyak menjadi preferensi konsumen pada Kelurahan Tamalanrea Kecamatan Tamalanrea, Makassar”.

1.4 Tujuan dan Kegunaan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dan preferensi konsumen terhadap bentuk kemasan susu merek *Frisian Flag* pada Kelurahan Tamalanrea Kecamatan Tamalanrea , Makassar.

Kegunaan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bentuk kemasan terhadap preferensi konsumen dan kecenderungan konsumen dalam memilih bentuk kemasan serta sebagai bahan informasi dan pertimbangan bagi pihak perusahaan tentang kecenderungan konsumen memilih kemasan produk dalam menentukan kebijakan kemasan produk yang akan ditawarkan dimasa mendatang.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Umum Tentang Susu

Susu adalah sumber makanan utama bagi semua hewan mamalia yang baru lahir dan dapat pula menjadi bagian penting dari bahan makanan manusia berapapun umurnya. Komposisinya yang mudah dicerna dengan kandungan protein, mineral dan vitamin yang tinggi, menjadikan susu sebagai sumber bahan makanan yang esensial. Susu juga merupakan sumber bahan makanan yang fleksibel yang dapat diatur kadar lemaknya, sehingga dapat memenuhi keinginan dan selera konsumen (Blakely dan Bade, 1998).

Semakin majunya pembangunan dan banyaknya masyarakat yang sadar akan gizi membuat susu semakin diterima masyarakat luas. Bila dahulu susu hanya diminum oleh kalangan atas saja maka kini kalangan menengah kebawah pun sudah mulai merasakan dan terbiasa. Jadi, peternak tinggal melakukan perluasan wilayah pasar dan memikirkan bagaimana susu dapat menjadi praktis dimata konsumen. Praktis disini berarti kemasannya baik tanpa membuat isinya menjadi terbuka atau rentan terhadap bakteri perusak. Selain kepraktisannya, susu itu harus mudah diperoleh oleh konsumen. Artinya, produk itu ada ditempat dekat dengan konsumen (Rasyaf, 1996).

Anonim (1999) menyatakan, bahwa bagi manusia, air susu ini merupakan salah satu bahan makanan yang sangat tinggi mutunya karena terdapat zat gizi dalam perbandingan yang optimal, sebab :

- Protein susu mempunyai nilai tinggi akan asam amino esensialnya dan bisa menutup kekurangan asam-asam amino dari bahan lain.
- Mudah dicerna, tak ada sisa yang terbuang dan lezat rasanya.
- Kaya calcium dan bahan-bahan lain.

Tetapi unsur Fe dan Vitamin A tidak begitu banyak.

Anonim (1995) menyatakan, bahwa air susu mengandung semua bahan makanan yang dibutuhkan untuk pertumbuhan anak sapi dan sebagai bahan minuman manusia yang sempurna, sebab susu sapi merupakan sumber protein, lemak, karbohidrat, mineral dan vitamin. Zat-zat gisi yang terkandung didalamnya dalam perbandingan yang sempurna, mudah dicerna dan tak ada sisa yang terbuang.

2.2 Kemasan dan Fungsinya

Kemasan didefinisikan sebagai segala kegiatan merancang dan menghasilkan tempat atau bungkus suatu produk. Kemasan terdiri dari tiga tingkat bahan yaitu kemasan utama (*Primary package*) yaitu bungkus langsung dari produk, kemasan kedua (*Secondary package*) mengacu pada bahan yang melindungi kemasan dasar dan akan dibuang bila produk tersebut digunakan dan kemasan pengiriman (*shipping package*) yaitu kemasan yang diperlukan untuk penyimpanan, identifikasi atau pengangkutan (Kotler, 1997).

Pengemasan (*packaging*) merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan pembuatan wadah (*container*) atau pembungkus (*wrapper*) untuk suatu produk. Dimana tujuan penggunaan kemasan antara lain :

1. Sebagai pelindung isi (*protection*), misalnya dari kerusakan, kehilangan, berkurangnya kadar/isi dan sebagainya.
2. Untuk memberikan kemudahan dalam penggunaan (*operating*), misalnya supaya tidak *umpah, sebagai alat pemegang dan lain-lain.
3. Bermanfaat dalam pemakaian ulang (*reusable*), misalnya untuk diisi kembali (*refill*) atau untuk wadah lain.
4. Memberikan daya tarik (*promotion*), yaitu aspek artistik, warna, bentuk, lembut maupun desainnya.
5. Sebagai identitas (*image*), misalnya terkesan kokoh/awet, lembut atau mewah.
6. Distribusi (*shipping*), misalnya mudah disusun, dihitung dan ditangani.
7. Informasi (*labelling*), yaitu menyangkut isi, pemakaian dan kualitas.
8. Sebagai cermin inovasi produk, berkaitan dengan kemajuan teknologi dan daur ulang (Tjiptono, 1999).

Simamora, H. (2000) menyatakan bahwa pengemasan (*packaging*) adalah aktifitas perancangan dan pembuatan peti kemas (*container*) atau pembungkus (*wrapper*) yang disebut kemasan (*package*) yang boleh jadi merupakan cara paling murah, cepat dan mudah untuk mengadaptasi sebuah produk supaya membuatnya lebih sesuai bagi pasar asing.

Swastha (1999) menyatakan bahwa alasan-alasan utama untuk melakukan pembungkus adalah :

- Merupakan salah satu fungsi dalam pemasaran. Maksud pemberian bungkus pada suatu barang untuk melindungi barang tersebut dalam pengangkutannya dari produsen ke konsumen. Disamping itu lebih praktis, lebih bersih dan lebih sulit menguap, tumpah atau rusak.
- Pembungkus juga dimasukkan dalam program pemasaran perusahaan. Selain melindungi barang, kemasan juga merupakan salah satu alat promosi yang efektif untuk memperkenalkan barang baru atau membantu perluasan pasar dari barang yang ada.
- Pemberian bungkus pada barang merupakan suatu cara untuk meningkatkan kemungkinan laba bagi perusahaan. Dengan bungkus yang sangat menarik diharapkan dapat menarik lebih banyak konsumen.

Kemasan produk memiliki tiga fungsi yaitu melindungi, memudahkan dan mempromosikan produk tersebut. Fungsi perlindungan merupakan hal yang kritis, baik dalam perjalanan maupun dalam penyimpanan. Pengemasan dapat memberi produk perusahaan promosi yang kuat yang membantu pada tempat pembelian tertentu (Boyd dkk, 2000).



2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan

Kusumosuwidho (1990) mengemukakan bahwa besarnya permintaan seorang konsumen akan suatu barang adalah tergantung dari tiga hal yang saling mempengaruhi. Tiga hal tersebut adalah kegunaan barang, pendapatan konsumen dan harga barang itu sendiri. Selain itu permintaan akan suatu barang juga dipengaruhi oleh dua hal yang lain untuk diperkirakan karena sangat tergantung kepada perasaan subyektif konsumen dan berbeda untuk tiap konsumen sehingga faktor selera dianggap *given* (konstan).

Permintaan akan suatu barang adalah keseluruhan permintaan para pembeli individual dalam suatu pasar. Pada pasar tertentu, untuk waktu tertentu, fungsi permintaan untuk suatu barang yang mungkin dibeli dan determinan-determinan jumlah-jumlah tersebut. Adapun determinasi tersebut adalah harga barang tersebut, pendapatan konsumen, selera para pembeli dan harga-harga barang yang berhubungan erat dengan barang tersebut (Winardi, 1989).

Yang dimaksud dengan permintaan suatu barang adalah berbagai kemungkinan jumlah barang atau jasa yang diminta oleh pembeli pada berbagai tingkat harga untuk periode waktu tertentu dan dalam pasar tertentu. Dalam arti luas permintaan adalah berbagai jumlah barang yang diminta oleh konsumen dalam suatu pasar untuk periode waktu tertentu pada berbagai kemungkinan tingkat pendapatan, satu atau tingkat harga barang lain yang mempunyai hubungan terdekat (Sudarso, 1992).

Sukirno (1995) berpendapat bahwa, permintaan menerangkan sifat-sifat dari para pembeli keatas suatu barang. Permintaan seseorang atau masyarakat keatas suatu barang ditentukan oleh banyak faktor yaitu harga barang tersebut, pendapatan, cita rasa masyarakat dan jumlah penduduk.

Faktor yang menentukan permintaan pasar sampai sekarang ini, dimana kita tidak memperhatikan pengaruh lain kecuali harga barang itu sendiri. Namun masih ada faktor-faktor lain yang sangat penting yaitu pendapatan rata-rata, jumlah populasi, harga dan tersedianya barang serupa, selera individu dan beberapa pengaruh khusus misalnya keadaan alam (Samuelson and Nordhans, 1996).

Permintaan merupakan jumlah yang diinginkan oleh konsumen. Permintaan konsumen dipengaruhi oleh sejumlah faktor yaitu harga komoditi yang ada bersangkutan, harga komoditi yang erat kaitannya, pendapatan rata-rata rumah tangga, selera, distribusi pendapatan diantara rumah tangga, jumlah penduduk dan faktor lingkungan (Lepsey and Steiner, 1994).

Permintaan seseorang atau sesuatu masyarakat keatas sesuatu barang ditentukan oleh banyak faktor. Diantara faktor-faktor tersebut yang terpenting yaitu harga barang tersebut. Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat, corak distribusi pendapatan dalam masyarakat, citarasa masyarakat, jumlah penduduk dan ramalan mengenai keadaan dimasa yang akan datang (Sukirno, 1998).

2.4 Motif Konsumen

Secara defenitif motif adalah suatu dorongan kebutuhan dan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan. Motif yang ada pada seseorang akan mewujudkan suatu tingkah laku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan. Tiap kegiatan yang dilakukan seseorang kadang didorong oleh beberapa alasan dari dalam dirinya dan apabila suatu keadaan dimana seseorang memiliki beberapa motif, maka motif tersebut dapat saling memperkuat atau justru saling bertentangan, saling bersifat kompleks. Motif seseorang juga berubah seiring dengan perjalanan waktu, usia dan faktor lainnya (Swastha dan Handoko, 1996).

Winardi (1993) menyatakan bahwa pembeli atau konsumen dalam membeli suatu produk akan mempunyai alasan atau motif yang berbeda dengan konsumen lain. Keinginan tersebut muncul dari dalam diri seseorang. Motif konsumen dalam melakukan pembelian dibedakan atas :

1. Motif Patronase

Motif patronase adalah pembelian yang dilakukan oleh konsumen hanya pada tempat-tempat tertentu saja. Pemilihan ini timbul karena layanan yang memuaskan, tempat atau lokasi yang dekat, cukup persediaan barang, ada halaman parkir dan sebagainya. Keputusan membeli suatu barang pada motif ini biasanya harga tidak merupakan faktor pertimbangan.

2. Motif Produk/Barang

Pembelian yang dilakukan dengan motif barang adalah pembelian yang terjadi karena ia lebih suka sesuatu barang dengan barang lainnya. Jadi segala keputusan-keputusan yang diambil oleh konsumen berdasarkan dari keadaan produk.

3. Motif Rasional

Motif pembelian rasional adalah pembelian yang didasarkan atas dorongan yang timbul dan disetujui oleh diri sendiri atau dorongan yang timbul secara sadar, tidak terdapat unsur paksaan dari dalam jiwanya. Ia membeli sesuatu karena pertimbangan-pertimbangan yang mudah dan ekonomis.

Motif pembelian rasional ditandai dengan motif-motif sebagai berikut :

- a. Penghematan dalam hal penggunaan produk.
- b. Membeli sesuatu barang karena barang itu mudah dan efisien dalam penggunaannya.
- c. Membeli suatu barang karena mutunya dipercaya.
- d. Harganya murah.
- e. Membeli suatu barang karena ia mengharapkan dapat menambah pendapatan.

4. Motif Emosional

Motif pembelian emosional adalah suatu pembelian yang didasarkan atas dorongan nafsu dan bukan atas kesadaran sendiri. Motif ini dibagi menjadi :

a. Motif emulsi

Melakukan pembelian karena ingin menandingi orang lain. Misalnya orang lain memakai baju baru, ia membeli pula baju baru itu. Perasaan ini selalu ada dalam hal pemikiran sesuatu barang terhadap orang lain.

b. Motif Konsumsi

Membeli sesuatu barang karena ingin menyesuaikan diri dengan konsumen lain atau mengikuti zaman.

c. Motif Individualistas

Konsumen yang selalu ingin memiliki sesuatu barang yang tidak dimiliki oleh orang lain, selalu ingin sesuatu yang berbeda dengan orang lain.

d. Motif Ambisi

Membeli sesuatu barang karena kegairahan dan ingin mendapat prestise.

e. Motif memuaskan selera

f. Motif kesenangan, hiburan dan rekreasi

g. Motif naluri romantik

Motif pembelian konsumen terdiri dari beberapa jenis yaitu (1) motif emosional, (2) motif patronase, (3) motif rasional, (4) motif produk. Motif emosional adalah alasan-alasan yang tidak disetujui oleh diri sendiri dan secara sosial tidaklah bersifat ekseptal. Motif patronase didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan yang menyebabkan konsumen membeli barang-barang pada tempat tertentu. Motif rasional adalah alasan-alasan yang disetujui oleh diri sendiri, tepat dan masuk akal bagi individu dalam keadaan sosial tertentu. Sedangkan motif pembelian produk

meliputi semua pengaruh serta alasan-alasan yang menyebabkan seorang membeli produk tertentu yang dipreferensi olehnya dibandingkan dengan produk lain (Swastha dan Sukotjo, 1993).

Dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi diantara merek-merek dalam kelompok pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk suatu maksud pembelian untuk membeli merek yang paling disukai. Namun demikian, dua faktor yang dapat mempengaruhi maksud pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama yang mempengaruhi maksud dan keputusan pembelian adalah sikap atau pendirian orang lain. Semakin kuat sikap orang lain dan semakin dekat orang lain tersebut dengan konsumen, maka konsumen menyesuaikan maksud pembeliannya dan berlaku preferensi seseorang terhadap suatu produk akan semakin meningkat jika orang yang disenangi juga menyukai produk yang sama dan faktor yang kedua adalah motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain (Kotler, 1997).

METODOLOGI PENELITIAN



3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Kelurahan Tamalanrea Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar, mulai bulan Agustus - September 2001.

3.2 Metode Pengambilan Sampel

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode pengambilan sampel secara klaster (cluster sampling). Metode klaster ini dilakukan dengan menentukan sekitar 11 RW dari 22 RW yang ada. Kemudian menentukan 3 RT dari setiap RW yang telah ditentukan sebelumnya. Selanjutnya kuesioner disebar secara acak untuk memperoleh 3 responden pada setiap RT yang telah ditentukan, untuk mendapatkan 100 keluarga yang mengkonsumsi susu merek *Fristan Flag* dikelurahan Tamalanrea Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data yang dikumpulkan terdiri dari data primer yaitu data yang diperoleh dari hasil wawancara langsung dengan responden berdasarkan kuesioner yang telah disiapkan. Sedangkan data sekunder adalah sejumlah data yang diperoleh dari instansi atau pihak yang terkait dengan penelitian ini dan sumber-sumber pustaka penunjang lainnya.

3.4 Analisa Data

Untuk mengetahui apakah bentuk kemasan berpengaruh terhadap preferensi konsumen, maka digunakan Analisa Chi Kuadrat dengan rumus sebagai berikut :

$$x^2 = \sum \frac{(f_0 - f_e)^2}{f_e} \dots\dots\dots(\text{Djarwanto,1999})$$

$$f_e = \frac{(\sum f_{kolom})(\sum f_{baris})}{\text{jumlah total}}$$

Dimana :

x^2 = Chi - kuadrat

f_0 = Frekuensi yang diobservasi

f_e = Frekuensi yang diharapkan

$\sum f_{kolom}$ = Jumlah pembelian susu kemasan kaleng, kotak, sachet

$\sum f_{baris}$ = Kategori pembelian tinggi dan rendah

3.5 Konsep Operasional

- Produk adalah barang yang dihasilkan oleh perusahaan berupa susu merek *Frisian Flag* kemasan kaleng, kotak dan *sachet*.
- Kemasan adalah tempat atau bungkus produk susu merek *Frisian Flag* yang dikemas dalam kemasan kaleng, kotak dan *sachet*.

- Susu bubuk adalah salah satu bentuk pengolahan susu merek *Frisian Flag* yang dikemas dalam kemasan kaleng, kotak dan sachet
- Susu kemasan kotak adalah susu yang dikemas dalam bentuk kotak
- Susu kemasan kaleng adalah susu yang dibentuk dalam kemasan kaleng.
- Susu kemasan *sachet* adalah susu yang dikemas dalam bentuk *sachet*.
- Preferensi adalah pilihan konsumen pada bentuk kemasan susu merek *Frisian Flag* yang dikemas kaleng, kotak dan *sachet*.
- Responden adalah keluarga yang mengkonsumsi susu merek *Frisian Flag* dalam kemasan kaleng, kotak dan *sachet*.
- Kategori pembelian rendah adalah jumlah pembelian susu kemasan kaleng sebanyak 2 – 4 kaleng/bulan, kemasan kotak sebanyak 2 – 3 kotak/bulan dan kemasan sachet sebanyak 10 – 17 sachet/bulan.
- Kategori pembelian tinggi adalah jumlah pembelian susu kemasan kaleng sebanyak 5 – 7 kaleng/bulan, kemasan kotak sebanyak 4 – 5 kotak/bulan dan kemasan sachet sebanyak 18 – 25 sachet/bulan.
- Pendapatan adalah jumlah total pendapatan konsumen dalam sebulan

KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Letak Geografis dan Pembagian Wilayah Administrasi

Kelurahan Tamalanrea adalah merupakan salah satu dari 6 kelurahan dalam wilayah Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar. Kelurahan Tamalanrea memiliki luas wilayah 425,6 terletak di pusat pemerintahan kecamatan dan 10 km dari pusat Kota Makassar.

Batas wilayah Kelurahan Tamalanrea Kecamatan Tamalanrea adalah sebagai berikut ;

- Sebelah Utara berbatasan dengan Kel. Paccerekang / Kel. Kapasa.
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Kel. Tamalanrea Jaya.
- Sebelah Barat berbatasan dengan Kel. Tamalanrea Indah.
- Sebelah Timur berbatasan dengan Kel. Paccerekang / Kab. Maros.

4.2 Keadaan Penduduk

4.2.1 Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk di Kelurahan Tamalanrea Kecamatan Tamalanrea sebanyak 28.761 yang terdiri dari pria 14.931 jiwa dan wanita 13.830, dengan presentase pria dan wanita masing-masing sebesar 51,91% dan 48,08%. Jumlah kepala keluarga sebanyak 4.766 KK yang tersebar pada 22 RW. Jumlah penduduk pada setiap RW dapat dilihat pada Tabel 1.



Tabel 1. Jumlah penduduk di setiap RW di Kelurahan Tamalanrea Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar.

RW	KK	Jumlah Penduduk (orang)	Persentase %
1.	405	2280	7,92
2.	507	1262	4,38
3.	202	1041	3,61
4.	229	1258	4,37
5.	260	1324	4,60
6.	80	721	2,50
7.	224	2.130	7,40
8.	305	2240	7,78
9.	191	1861	6,47
10.	301	1810	6,29
11.	324	2098	7,29
12.	180	2935	10,20
13.	218	2803	9,74
14.	223	1154	4,02
15.	283	1347	4,68
16.	159	467	1,62
17.	115	265	0,92
18.	168	686	2,38
19.	100	370	1,28
20.	102	395	1,37
21.	110	375	1,30
22.	80	285	0,99
	4766	28.761	100,00

Sumber : Kantor Lurah Tamalanrea 2000.

Berdasarkan Tabel 1 diatas, maka dilihat bahwa jumlah penduduk terbanyak pada RW 12 yang merupakan pemukiman bagi penduduk setempat, sedangkan untuk RW lainnya umumnya merupakan kompleks perumahan yang telah tertata dengan baik sehingga jumlah penduduknya merata. Untuk RW 22, jumlah populasi

penduduknya terendah karena daerah tersebut merupakan daerah perkantoran dan masih terdapat banyak lahan yang belum dimanfaatkan.

4.2.2 Mata Pencaharian

Mata pencaharian penduduk di Kelurahan Tamalanrea pada umumnya adalah pegawai negeri sipil dan karyawan swasta. Selain itu juga banyak yang menggeluti pekerjaan lainnya. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Mata Pencaharian Penduduk Kelurahan Tamalanrea Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar.

No.	Jenis Mata Pencaharian	Jumlah	(%)
1.	Pegawai Negeri Sipil	8523	78,71
2.	ABRI	830	7,66
3.	Wiraswasta/Pedagang	151	1,39
4.	Tani	197	1,82
5.	Karyawan Swasta	825	7,62
6.	Pertukangan	39	0,36
7.	Buruh Tani	185	1,70
8.	Jasa	78	0,72
Jumlah		10.828	100,00

Sumber : Kantor Lurah Kelurahan Tamalanrea, 2000

Dari tabel 2, terlihat bahwa mata pencaharian penduduk Kelurahan Tamalanrea yang terbesar adalah pegawai negeri sipil yaitu sebesar 78,71%, dan karyawan perusahaan swasta dan ABRI masing-masing 7,62% dan 7,66 %. Tingginya jumlah pegawai negeri sipil di Kelurahan Tamalanrea karena letaknya yang dekat dengan pusat pemerintahan Kota Makassar dan pusat pemerintahan Propinsi Sulawesi Selatan. Hal ini ditunjang pula karena di Kelurahan ini terdapat perumahan-

perumahan dan instansi-instansi pemerintah yang berlokasi di sekitar Kelurahan Tamalanrea.

4.2.3 Pendidikan

Potensi sumberdaya manusia dalam suatu daerah dapat dilihat dari tingkat pendidikan masyarakat. Sumberdaya manusia yang memiliki pengetahuan yang luas dan keterampilan menjadi modal dalam pembangunan daerah. Jumlah penduduk Kelurahan Tamalanrea berdasarkan tingkat pendidikan baik formal maupun informal dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Jumlah penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Kelurahan Tamalanrea Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar.

No.	Uraian	Jumlah	(%)
1.	TK	115	0,81
2.	SD	2127	15,06
3.	SLTP	2240	15,86
4.	SLTA	2523	17,86
5.	Akademi / D1-D3	1252	10,78
6.	Sarjana /S1 –S3	3871	27,41
7.	Pendidikan keagamaan	158	1,11
8.	Kursus /ketrampilan	1234	8,73
9.	SLB	97	0,68
10.	Tidak Tamat SD	154	1,09
11.	Buta aksara	349	2,47
	Jumlah	14121	100,00

Sumber : Kantor Lurah Tamalanrea, 2000

Berdasarkan Tabel 3 diatas, terlihat bahwa umumnya penduduk telah memahami akan pentingnya pendidikan untuk menunjang kesejahteraan hidup mereka, dimana banyak penduduknya yang tingkat pendidikannya SLTP, SLTA dan Sarjana. Selain pendidikan formal, penduduk Kelurahan Tamalanrea juga telah

meningkatkan pendidikan/ketrampilan melalui pendidikan nonformal yaitu kursus. Hal ini dapat lebih meningkatkan sumber daya manusia yang ada.

4.3 Sarana dan Prasarana

4.3.1 Sarana Pendidikan

Untuk meningkatkan sumber daya manusia yang berkualitas dibutuhkan sarana pendidikan yang dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas yang memadai merupakan salah satu faktor penunjang pelaksanaan kegiatan pendidikan. Sarana dan prasarana yang ada di Kelurahan Tamalanrea sudah cukup lengkap baik sarana pendidikan formal maupun informal, mulai Taman Kanak-Kanak sampai pada perguruan Tinggi dan tempat kursus. Adapun sarana pendidikan yang ada di Kelurahan Tamalanrea Kecamatan Tamalanrea dapat dilihat pada tabel 4.

Tabel 4. Jumlah Sarana Pendidikan di Kelurahan Tamalanrea Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar.

No.	Uraian	Jumlah
1.	Taman kanak-kanak	1
2.	SD	7
3.	SLTP	2
4.	SLTA	1
5.	Akademi	1
6.	Pondok Pesantren	1
7.	Kursus	1

Sumber : Kantor Lurah Kelurahan Tamalanrea, 2000

Berdasarkan Tabel 4 diatas menunjukkan bahwa sarana pendidikan yang terbanyak adalah sarana pendidikan formal yaitu SD. Banyaknya sarana pendidikan formal disebabkan karena Kelurahan Tamalanrea berada dekat dengan pusat

pendidikan dimana untuk meningkatkan sumber daya manusia yang berkualitas, maka dibutuhkan tambahan pengetahuan yang memadai yang tidak hanya dapat diperoleh dari pendidikan formal tetapi juga dari pendidikan nonformal. Sarana pendidikan terlihat cukup memadai dimana telah terdapat semua sarana pendidikan formal dan nonformal, yang tentunya dapat memudahkan penduduk untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi.

4.3.2 Sarana Kesehatan

Dalam pemeliharaan kesehatan masyarakat dibutuhkan sarana kesehatan yang dapat memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas, dimana sarana tersebut membantu masyarakat untuk meningkatkan kualitas kesehatannya. Sarana kesehatan yang terdapat di Kelurahan Tamalanrea berupa 1 buah Laboratorium dan 7 buah Apotik / depot obat.

4.3.3 Sarana Perdagangan dan Jasa

Sarana perdagangan dan jasa yang terdapat di Kelurahan Tamalanrea sangat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari dan memperlancar roda perekonomian daerah. Adapun sarana perdagangan dan jasa seperti yang terdapat pada tabel 5 berikut ini :

Tabel 5. Sarana Perdagangan dan Jasa di Kelurahan Tamalanrea Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar.

No.	Uraian	Jumlah
1.	T o k o	46
2.	Warung	154
3.	Pasar	2
4.	Bank	2
5.	Travel Biro (biro perjalanan)	3

Sumber : Kantor Lurah Kelurahan Tamalanrea, 2000

Dari tabel 5, terlihat bahwa sarana perdagangan dan jasa yang terdapat di Kelurahan Tamalanrea cukup memadai dan sangat membantu masyarakat dalam kegiatan perekonomian.



HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Keadaan Umum Responden

5.1.1 Umur Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan terhadap responden yang melakukan pembelian susu bubuk merek *Frisian Flag* di Kelurahan Tamalanrea Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar, maka responden dapat digolongkan berdasarkan klasifikasi umur, yang dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Klasifikasi Responden berdasarkan Tingkat Umur yang Melakukan Pembelian Susu Bubuk Merek *Frisian Flag* di Kelurahan Tamalanrea Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar.

No.	Klasifikasi Umur (Tahun)	Jumlah Orang	%
1.	20 – 25	24	24
2.	26 – 30	26	26
3.	31 – 35	9	9
4.	36 – 40	11	11
5.	41 – 45	12	12
6.	46 – 50	13	13
7.	51 – 55	4	4
8.	56 – 60	1	1
	Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer yang telah diolah, 2001

Dari tabel 6 terlihat bahwa responden yang melakukan pembelian Susu Merek *Frisian Flag* di lokasi penelitian memiliki klasifikasi umur yang bervariasi. Persentase responden terbanyak yang melakukan pembelian Susu Merek *Frisian Flag* di Kelurahan Tamalanrea adalah klasifikasi umur 26 – 30 tahun sebanyak 26%. Sedangkan klasifikasi umur 56 – 60 tahun adalah yang terendah yaitu sebanyak 1%.

Hal ini dikarenakan umur para responden merupakan usia produktif, dimana sesuai dengan pendapat Wirosuhardjo (1995) yang menyatakan bahwa, umur 15 – 45 tahun merupakan usia produktif secara ekonomi.

5.1.2 Tingkat Pendidikan

Klasifikasi tingkat pendidikan responden berdasarkan tingkat pendidikan formal yang telah ditempuh dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7. Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Formal yang melakukan pembelian Susu Bubuk Merek *Frisian Flag* di Kelurahan Tamalanrea Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar.

No.	Klasifikasi Tingkat Pendidikan	Jumlah (orang)	%
1.	S L T P	3	3
2.	SLTA/Sederajat	55	55
3.	Sarjana Muda/Akademi	7	7
4.	Sarjana (S1)	33	33
5.	Pascasarjan (S2-S3)	2	2
	Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer yang telah diolah, 2001

Berdasarkan tabel 7 terlihat bahwa rata-rata responden memiliki tingkat pendidikan yang tinggi. Tingkat pendidikan terbanyak adalah SLTA/Sederajat dengan persentase sebesar 55%, kemudian sarjana (S1) sebanyak 33%.

Tingkat pendidikan responden akan memberikan pengaruh terhadap keputusan responden dalam hal pemilihan produk-produk yang akan dikonsumsi sehingga dapat memenuhi kebutuhan gizi utamanya protein hewani bagi keluarganya, yang dalam hal ini konsumsi susu bubuk merek *Frisian Flag*. Sesuai dengan pendapat Assauri (1996) yang menyatakan, bahwa latar belakang pendidikan menimbulkan perbedaan dalam penentuan sasaran dan penilaian dalam proses pembelian.

5.1.3 Jumlah Anggota Keluarga

Setiap keluarga berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidup bagi seluruh anggota keluarganya. Banyaknya jumlah anggota keluarga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi jumlah konsumsi keluarga utamanya produk hasil akhir ternak. Klasifikasi responden berdasarkan jumlah anggota keluarga dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Klasifikasi responden berdasarkan jumlah anggota keluarga yang melakukan pembelian Susu Bubuk Merek Frisian Flag di Kelurahan Tamalanrea Kccamatan Tamalanrea Kota Makassar.

No.	Klasifikasi Jumlah Anggota Keluarga	Jumlah (orang)	(%)
1.	1 – 5	82	82
2.	6 – 10	18	18
	Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer yang telah diolah, 2001

Berdasarkan Tabel 8, diketahui bahwa jumlah anggota keluarga responden 1 – 5 orang persentasenya sebesar 82 % dan 6 – 10 orang sebanyak 18%. Perbedaan jumlah anggota keluarga ini memberikan perbedaan dalam banyaknya Susu yang dikonsumsi oleh tiap rumah tangga.

5.1.4 Pendapatan Keluarga

Pendapatan keluarga adalah total penghasilan yang diterima oleh anggota keluarga dalam rumah tangga responden selama sebulan. Pendapatan keluarga berpengaruh terhadap keputusan seseorang untuk mengkonsumsi suatu produk khususnya produk protein hewani. Seseorang yang memperoleh pendapatan yang tinggi umumnya mengkonsumsi protein hewani dalam jumlah yang tinggi pula.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa pendapatan keluarga responden relatif tinggi. Untuk lebih jelasnya tentang klasifikasi tingkat pendapatan keluarga responden dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9. Klasifikasi Tingkat Pendapatan Keluarga Responden Sebulan yang Melakukan pembelian Susu Bubuk Merek *Frisian Flag* di kelurahan Tamalanrea Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar.

No.	Tingkat Pendapatan Perbulan	Jumlah (orang)	%
1.	Dibawah Rp. 500.000,-	8	8
2.	Rp. 500.000,-Rp 1.000.000	64	64
3.	Diatas Rp. 1.000.000,-	28	28
	Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer yang telah diolah, 2001

Dari tabel 9 terlihat bahwa terdapat 64% orang responden yang jumlah pendapatan keluarganya sebesar Rp. 500.000, - Rp. 1.000.000,- perbulan. Sedangkan pendapatan keluarga diatas Rp. 1.000.000,- sebanyak 28% dan yang berpenghasilan dibawah Rp. 500.000,- sebanyak 8%.

Tingkat pendapatan keluarga tentu berpengaruh terhadap konsumsi suatu keluarga, termasuk produk hasil ternak yang dalam hal ini adalah Susu merek *Frisian Flag*. Hal ini sesuai dengan pendapat Sukirno (1995) bahwa pendapatan para pembeli merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan corak permintaan ke atas berbagai jenis barang. Perubahan dalam pendapatan selalu menimbulkan perubahan ke atas permintaan berbagai jenis barang.

Tingkat pendapatan keluarga responden relatif tinggi, hal ini disebabkan karena pada umumnya responden disamping sebagai ibu rumah tangga, juga bekerja



sebagai pegawai negeri maupun pegawai swasta. Adapun pendapatan keluarga dan pekerjaan masing-masing responden dapat dilihat pada lampiran 1.

5.2 Pengaruh Kemasan Terhadap Preferensi Konsumen

Preferensi merupakan proses pemilihan produk oleh konsumen atas pilihan-pilihan produk yang dapat memenuhi kebutuhan. Preferensi konsumen terhadap bentuk kemasan dikategorikan dalam 2 kategori kelompok yaitu kategori pembelian rendah dan kategori pembelian tinggi.

Untuk mengetahui kategori pembelian yang dilakukan oleh responden dengan beberapa kemasan, maka dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Kategori Pembelian Susu Bubuk Merek *Frisian Flag* dengan Berbagai Kemasan oleh Responden di Kelurahan Tamalanrea Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar.

Kategori Pembelian	Kemasan			Total
	Sachet	Kotak	Kaleng	
Rendah	5	17	57	79
Tinggi	7	11	3	21
Total	12	28	60	100

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2001

Berdasarkan tabel 15, terlihat bahwa banyaknya kasus pembelian dengan kategori rendah pada ketiga kemasan Susu Merek *Frisian Flag* sebanyak 79 kasus. Sedangkan untuk kategori pembelian tinggi terdapat 21 kasus. Total kasus untuk kedua kategori pembelian tersebut adalah 100 kasus.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa kemasan susu yang paling banyak dikonsumsi oleh keluarga responden adalah kemasan kaleng, dimana untuk dua kategori pembelian terdapat 60 kasus. Hal ini disebabkan karena kemasan

ini telah lama dikenal oleh masyarakat dan telah diketahui mutunya serta sesuai dengan selera mereka.

Kemasan pada dua kategori pembelian terdapat 28 kasus. Hal ini dapat disebabkan karena kemasan kotak lebih murah dan praktis dibanding kemasan kaleng sehingga terdapat pembelian yang cukup tinggi. Sesuai dengan pendapat Djodipura (1994) bahwa jumlah barang yang diminta ditentukan oleh faktor-faktor seperti harga yang bersangkutan, pendapatan, dan selera konsumen. Sedangkan kemasan sachet terdapat total pembelian sebanyak 12 kasus karena kemasan ini harganya lebih murah dan lebih praktis dibanding dengan kedua kemasan lainnya.

Untuk melihat pengaruh preferensi konsumen terhadap bentuk kemasan susu merek *Frisian Flag*, maka digunakan Analisa Chi-kuadrat seperti terlihat pada tabel berikut :

Tabel 11. Perhitungan Dengan Analisa Chi-kuadrat Pengaruh Preferensi Konsumen Terhadap Bentuk Kemasan Susu Bubuk Merek *Frisian Flag*.

No.	U r a i a n	Nilai
1.	X ² hitung	24,983
2.	X ² tabel ($\alpha = 0,01$)	9,21

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2001

Berdasarkan tabel 16 hasil dari perhitungan dan analisa Chi-Kuadrat, setelah dibandingkan dengan angka dalam Tabel Distribusi Chi-Kuadrat pada taraf $\alpha=0,01$ maka X² hitung lebih besar dari X² tabel (24,983 > 9,21). Hal ini berarti terdapat hubungan sangat nyata ($P < 0.01$) antara bentuk kemasan terhadap preferensi

konsumen yang dilakukan oleh konsumen di kelurahan Tamalanrea Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar.

Hal ini disebabkan karena dalam melakukan pembelian susu konsumen di Kelurahan Tamalanrea memperhatikan hal utama yaitu manfaat dari kemasan susu tersebut karena setelah melakukan pembelian pertama dan mencoba kemasan tersebut, mereka suka atau sesuai dengan selera sehingga dalam pembelian selanjutnya mereka mencari kemasan tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Assauri (1996) yang menyatakan bahwa, apabila konsumen memperoleh kepuasan dari produk tertentu maka mereka dapat mencari dan membeli produk yang diinginkannya.

5.3 Preferensi Konsumen Dalam Memilih Kemasan Susu Merek Frisian Flag

Sehubungan dalam memilih kemasan susu merek *Frisian Flag* merupakan sikap diri responden dalam memilih kemasan yang mana lebih baik untuk dibeli. Pertimbangan ini dilakukan untuk mengetahui yang mana lebih memberikan manfaat yang diperoleh dan disesuaikan dengan jumlah pendapatan dari jenis-jenis kemasan susu yang ada. Pertimbangan ini dapat dilihat pada tabel 12 berikut ini :

Tabel 12. Preferensi Responden dalam Memilih Kemasan Susu Merek *Frisian Flag* Berdasarkan Tingkat Pendapatan di Kelurahan Tamalanrea, Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar.

No	Jenis Kemasan	Tingkat Pendapatan			Jumlah	%
		< 500.000	500.000-1.000.000	> 1.000.000		
1.	Kaleng	1	39	20	60	60
2.	Kotak	3	17	8	30	30
3.	Sachet	4	9	-	12	12
Total		8	64	28	100	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2001

Berdasarkan Tabel 12 diketahui bahwa 60 % responden yang memilih kemasan kaleng, 30 % responden yang memilih kemasan kotak dan 12 % yang memilih kemasan sachet. Kecenderungan responden dalam memilih kemasan terlihat pada setiap tingkat pendapatan, dimana konsumen cenderung untuk lebih memilih kemasan kaleng. Berdasarkan tabel 12 juga terlihat bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan konsumen maka konsumen cenderung memilih kemasan kaleng. Hal ini sesuai dengan pendapat Sukirno (1995) bahwa pendapatan para pembeli merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan corak permintaan keatas berbagai jenis barang. Perubahan dalam pendapatan selalu menimbulkan perubahan keatas permintaan berbagai jenis barang.

Disamping faktor tingkat pendapatan keluarga, tingkat pendidikan juga turut berpengaruh. Semakin tinggi tingkat pendidikan konsumen maka konsumen cenderung memilih produk yang dapat memuaskan dan memenuhi kebutuhannya. Preferensi konsumen terhadap bentuk kemasan susu bubuk merek Frisian Flag dapat dilihat pada tabel 13 berikut ini.

Tabel 13. Preferensi Responden Dalam Memilih Kemasan Susu Bubuk Merek Frisian Flag Berdasarkan Tingkat Pendidikan di Kelurahan Tamalanrea, Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar.

No.	Jenis Kemasan	Tingkat Pendidikan					Jumlah	%
		SMP	SMA	Sarjana Muda	Sarjana S1	Sarjana S2		
1.	Kaleng	2	29	4	23	2	60	60
2.	Kotak	1	14	3	10	-	28	28
3.	Sachet	-	12	-	-	-	12	12
		3	55	7	33	2	100	100

Sumber. Data Primer Setelah Diolah, 2001

Berdasarkan Tabel 13 terlihat bahwa terdapat 60 % responden yang memilih kemasan kaleng, 28 % responden yang memilih kemasan kotak dan 12 % responden yang memilih kemasan sachet. Dari tabel ini juga dapat dijelaskan bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan responden terlihat kecenderungan memilih kemasan kaleng. Hal ini sesuai dengan pendapat Assauri (1996) bahwa latar belakang pendidikan menimbulkan perbedaan dalam penentuan sasaran dan penilaian dalam proses pembelian.

Kecenderungan konsumen dalam memilih kemasan juga disebabkan karena adanya pertimbangan-pertimbangan tertentu, dimana setiap kemasan mempunyai keistimewaan, fungsi dan manfaat tersendiri.

Pertimbangan responden dalam hal ini konsumen dalam memilih kemasan pada umumnya karena kemasan tersebut banyak memiliki manfaat. Untuk mengetahui alasan-alasan responden memilih kemasan, dapat dilihat pada tabel 12 berikut ini :

Tabel 14. Alasan Responden Memilih Kemasan Susu Bubuk Merek *Frisian Flag* di Kelurahan Tamalanrea, Kecamatan Tamalanrea, Kota Makassar

No	Uraian	Jumlah orang					
		Kaleng	%	Kotak	%	Sachet	%
1.	Harga murah	-	-	6	22,22	2	16,66
2.	Mudah diperoleh	4	6,66	2	7,40	-	-
3.	Praktis	6	10	7	25,92	1	8,33
4.	Harga murah dan praktis	-	-	11	40,74	9	75
5.	Lebih bersih/tidak mudah menguap	24	40	1	3,70	-	-
6.	Tidak mudah rusak/pecah	26	43,33	-	-	-	-
Jumlah		60	100	28	100	12	100

Sumber : Data Primer Setelah Diolah, 2001

Berdasarkan tabel 12. terlihat bahwa sekitar 43,33 % dan 40 % responden yang memilih kemasan kaleng dengan alasan kemasan kaleng tidak mudah rusak/pecah dan lebih bersih/tidak mudah menguap. Kemasan ini yang banyak menjadi pilihan ibu rumah tangga disamping alasan-alasan lainnya seperti harganya yang lebih murah, kemudahan dalam memperoleh dan praktis. Untuk kemasan kotak sekitar 40,74 % dan 25,92 % responden yang memilih kemasan kotak dengan alasan harganya yang lebih murah dan praktis. Hal ini karena kemasan ini memang agak murah dibandingkan dengan kemasan kaleng disamping alasan – alasan lainnya seperti mudah diperoleh, lebih bersih/tidak mudah menguap. Untuk kemasan sachet sekitar 75 % responden yang memilih kemasan sachet karena alasan harganya yang lebih murah dan praktis. Hal ini karena kemasan sachet lebih murah dan lebih praktis dibandingkan dengan kedua kemasan lainnya. Kemasan ini yang banyak digunakan oleh konsumen yang tidak berkeluarga seperti mahasiswa. Hal ini sesuai dengan

pendapat Swastha (1999) bahwa alasan pemberian bungkus pada suatu produk adalah untuk melindungi produk tersebut disamping lebih praktis, lebih bersih dan sulit menguap, tumpah atau rusak.

Dari ketiga kemasan susu merek *Frisian Flag* yang banyak menjadi pilihan atau preferensi konsumen adalah kemasan kaleng dimana responden/konsumen lebih mengutamakan kualitas dari kemasan produk tersebut berupa manfaat yang diperoleh dari kemasan tersebut. Hal ini sesuai dengan pendapat Sukotjo (1993) yang mengatakan bahwa, konsumen melakukan pembelian didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan yang menyebabkan konsumen membeli barang-barang tertentu.

Pilihan-pilihan yang dilakukan oleh konsumen yang disertai dengan alasan-alasan yang menyebabkan konsumen memilih suatu produk. Lebih lanjut Sukotjo (1993) mengatakan bahwa, motif pembelian produk meliputi semua pengaruh serta alasan-alasan yang menyebabkan seseorang membeli produk tertentu yang dipreferensi olehnya dibandingkan orang lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Setelah pelaksanaan penelitian tentang preferensi konsumen terhadap bentuk kemasan susu Merek *Frisian Flag* di Kelurahan Tamalanrea Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- Terdapat pengaruh sangat nyata antara bentuk kemasan dengan preferensi konsumen di Kelurahan Tamalanrea Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar, dimana X^2 hitung lebih besar dari X^2 tabel ($24,983 > 9,21$).
- Kemasan yang banyak dikonsumsi oleh konsumen di Kelurahan Tamalanrea Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar adalah kemasan kaleng.

6.2 Saran

Setelah pelaksanaan penelitian ini, maka kami menyarankan bahwa diharapkan para produsen untuk lebih kreatif dalam merancang/mendesain kemasan, karena konsumen lebih mengutamakan manfaat dari kemasan susu yang mereka konsumsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 1995. **Beternak Sapi Perah**. Cetakan ke-19. Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Anonim, 1999. **Petunjuk Praktis Beternak Sapi Perah**. Cetakan I. Penerbit Kanisius, Yogyakarta.
- Assauri. S., 1996. **Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep dan Strategi)**. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Blakely, J. and D. Bade, 1998. **Ilmu Peternakan**. Edisi 4. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Boyd, H.W., O.C. Walker and J. Larreche. 2000. **Manajemen Pemasaran. Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global**. Edisi ke-2 Jilid I. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Djarwanto, 1999. **Statistik Non Parametrik**. Penerbit Liberty, Jakarta.
- Djojodipuro, M., 1996. **Pengantar Ekonomi Untuk Perencanaan**. Universitas Indonesia Press, Jakarta.
- Iwardono, S.P., 1990. **Ekonomi Mikro**. Unit Penerbitan dan Percetakan AMP dan KPN, Yogyakarta.
- Kotler P, 1997. **Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol**. PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kusumosuwindho., 1990. **Sajian Dasar : Pengantar Teori Ekonomi Mikro**. Cetakan II, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- Lepsey and Steiner, 1994. **Ekonomi (untuk konteks Indonesia)**. Penerbit PT. Erlangga. Jakarta.
- Lisdiana, 1997. **Waspada Terhadap Kelebihan dan Kekurangan Gizi**. Trubus Agriwidya, Jakarta.
- Rasyaf, M. 1996. **Memasarkan Hasil Peternakan**. Cetakan Pertama. Penerbit Swadaya, Jakarta.

- Samuelson, P.A., and Nordhans W.D., 1996. **Ekonomi**. Jilid 2. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Simamora, H. 2000. **Manajemen Pemasaran Internasional**. Jilid I. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Sudarso., 1992. **Pengantar Ekonomi Mikro**. Penerbit Rineka Cipta, Jakarta
- Sukirno, S., 1995. **Pengantar Teori Ekonomi Mikro**. Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Sukirno, S., 1998. **Pengantar Teori Ekonomi Mikro**. Edisi Kedua. Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Sukotjo, 1993. **Pengantar Bisnis Modern**. Edisi II. Penerbit Liberty, Yogyakarta
- Swastha dan Handoko, 1996. **Dasar Manajemen Pemasaran**. Penerbit PT. Liberty, Yogyakarta
- Swastha dan Sukotjo, 1993. **Pengantar Bisnis Modern**. Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern. Penerbit PT. Liberty, Yogyakarta
- Tjiptono, F. 1999. **Strategi Pemasaran**. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Winardi., 1989. **Pengantar Ekonomi Mikro (Teori harga)**. Jilid I Cetakan II, Alumni Bandung, Jakarta.
- Winardi., 1993. **Marketing dan Prilaku Konsumen**. Penerbit CV. Mandar Maju, Bandung.
- Wirosuhardjo, K., 1995. **Dasar-Dasar Demografi**. Lembaga Demografi FE – UI, Jakarta.

Lampiran 1. Identitas Responden



No.	Nama	Umur (tahun)	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan (Rp)	Jumlah Keluarga	RW/RT
1.	Faisa	48	SMA	URT	Rp. 300.000	4	1/5
2.	Hj. Maria	38	Sarjana	PNS	Rp 1.500.000	7	1/5
3.	Dra. Nurhaedah	36	Sarjana	PNS	Rp 2.500.000	4	1/5
4.	Hj. Maemunah	56	Sarjana	URT	Rp 700.000	2	1/4
5.	Hidayati M, S.Ag	27	Sarjana	URT	Rp 2.000.000	3	1/4
6.	Rosdiana Amin	42	Sarjana	PNS	Rp 800.000	3	1/4
7.	Clara Murdian	30	SMEA	Wiraswasta	Rp 700.000	5	1/2
8.	A.Satriani	52	SLTA	URT	Rp 800.000	4	1/2
9.	Ny. Makmur. R	50	S. muda	URT	Rp 3.000.000	5	1/2
10.	Hj. Nurhani	43	SPG	Guru	Rp 1.000.000	6	3/3
11.	Djumriah	40	SMA	Wiraswasta	Rp 1.000.000	3	3/3
12.	A.Aminah	49	Sarjana	PNS	Rp 800.000	4	3/3
13.	Yanti Zain	20	SMA	Mahasiswa	Rp 1.500.000	3	3/5
14.	Nurhayati	54	SMP	URT	Rp 1.500.000	9	3/5
15.	Ny. Srimulati	41	SMEA	Peg.Swasta	Rp 2.350.000	4	3/5
16.	Nurani	52	SLTA	URT	Rp 750.000	6	3/6
17.	Ny. Ridwan. A	25	SMA	URT	Rp 1.000.000	3	3/6
18.	Ardianti. R	27	SLTA	URT	Rp 750.000	4	3/6
19.	Deni Agus P	29	AKPER	Perawat	Rp 1.500.000	4	4/2
20.	A.Murni	48	SLTA	PNS	Rp 1.000.000	6	4/2
21.	Ny. Ismail Abbas	45	SLTA	PNS	Rp 1.500.000	5	4/2
22.	Hj. Munawarah	50	Sarjana	URT	Rp 700.000	4	4/4
23.	A. Niny Rasthina	23	SMA	Mahasiswa	Rp 600.000	2	4/4
24.	Ny. Rosita.T	40	Sarjana	URT	Rp 1.500.000	7	4/4
25.	Ny. Juju	34	Sarjana	PNS	Rp 1.000.000	3	4/5

26.	Nurbaya	44	SMA	URT	Rp 2.000.000	7	4/5
27.	Lala	23	Sarjana	PNS	Rp 800.000	3	4/5
28.	Ridwan	23	SMA	Mahasiswa	Rp 450.000	2	7/1
29.	Nita. S	30	S.2	PNS	Rp 1.400.000	3	7/1
30.	Nurlaila	20	SMA	Mahasiswa	Rp 800.000	3	7/1
31.	Ummi Rahim	27	Sarjana	PNS	Rp 800.000	3	7/3
32.	Herlina	29	D 3	Peg.Swasta	Rp 1.300.000	4	7/3
33.	Herawati	27	D 3	PNS	Rp 450.000	2	7/3
34.	Ny. H. Ambo Itte	50	Sarjana	PNS	Rp 1.500.000	7	7/6
35.	Agustina	28	Sarjana	PNS	Rp 750.000	4	7/6
36.	Zainal Abidin	24	SMA	Mahasiswa	Rp 500.000	2	7/6
37.	Marwah, SE	34	Sarjana	PNS	Rp 1.750.000	3	10/2
38.	Masriani, S.Sos	30	Sarjana	URT	Rp 2.000.000	4	10/2
39.	St. Saenab	48	S.Muda	URT	Rp 800.000	5	10/2
40.	Charles. S	23	SMA	Mahasiswa	Rp 450.000	2	10/3
41.	Herawati.S	26	SMA	URT	Rp 800.000	5	10/3
42.	H.Andi Safri	48	SMA	Wiraswasta	Rp 1.000.000	4	10/3
43.	Hadijah	47	D3	URT	Rp 750.000	3	10/7
44.	Yenni.S	26	SMA	URT	Rp 1.000.000	3	10/7
45.	H.Irma. B	45	SMA	URT	Rp 800.000	5	10/7
46.	Tristiyandari	26	SPK	PNS	Rp 800.000	3	11/1
47.	Syamsiah	48	SPG	PNS	Rp 1.200.000	5	11/1
48.	Subardiah	45	SPG	PNS	Rp 1.500.000	7	11/1
49.	Nurhayati	47	SMA	URT	Rp 600.000	3	11/1
50.	Anta.S	24	SMA	Mahasiswa	Rp 3.500.000	2	11/3
51.	Sukriah	29	SMA	URT	Rp 800.000	3	11/3
52.	Musdalifa	22	SMA	Mahasiswa	Rp 450.000	4	11/3
53.	Marhani	30	SMA	URT	Rp 1.000.000	5	11/4
54.	Ruslan	24	SMA	Wiraswasta	Rp 1.500.000	4	11/4

55.	Santi	32	SPG	Guru	Rp 1.000.000	3	11/4
56.	Mery.P	45	SMA	URT	Rp 2.000.000	7	14/2
57.	Rinayanti	24	SMA	Mahasiswa	Rp 500.000	2	14/2
58.	Anita	28	Sarjana	PNS	Rp 900.000	3	14/2
59.	Fitriah. S,Ag	32	Sarjana	Guru	Rp 1.450.000	5	14/6
60.	A. Murni	28	S. Muda	URT	Rp 1.500.000	4	14/6
61.	Mira	30	SMA	URT	Rp 2.000.000	6	14/6
62.	Ekasari	27	SMA	URT	Rp 800.000	3	14/7
63.	Karina	32	S.2	PNS	Rp 2.500.000	4	14/7
64.	Rudi	24	Sarjana	Wiraswasta	Rp 500.000	2	14/7
65.	A.Ahmad Yani	25	Sarjana	Wiraswasta	Rp 500.000	2	15/4
66.	Rahmawati	26	SMA	PNS	Rp 800.000	2	15/4
67.	Ervina	21	SMA	Mahasiswa	Rp 500.000	2	15/4
68.	Mardiana, SE	27	Sarjana	PNS	Rp 1.000.000	3	15/5
69.	Marwah. B	30	Sarjana	URT	Rp 1.500.000	4	15/5
70.	Syahrul	38	SMA	Wiraswasta	Rp 800.000	2	15/5
71.	Ir. Syaiful	36	Sarjana	Wiraswasta	Rp 1.500.000	3	15/7
72.	Sherly. S	31	Sarjana	PNS	Rp 800.000	2	15/7
73.	ABD. Hamid	32	SMA	Wiraswasta	Rp 2.000.000	6	15/7
74.	Yulianti	20	SMA	Wiraswasta	Rp 750.000	2	17/1
75.	Suryani. B	24	SMA	Wiraswasta	Rp 700.000	4	17/1
76.	St. Ramlah	38	SMA	URT	Rp 1.000.000	6	17/1
77.	Mirnayanti	28	SMA	URT	Rp 500.000	2	17/2
78.	Fitriani	48	SMA	URT	Rp 1.500.000	6	17/2
79.	Mardiana. SS	34	Sarjana	PNS	Rp 1.500.000	6	17/2
80.	Sumarno	21	SMA	Mahasiswa	Rp 800.000	2	17/5
81.	Masyita	25	SMA	URT	Rp 450.000	3	17/5
82.	Nining	20	SMA	Mahasiswa	Rp 600.000	3	17/5
83.	A.Arni SE	29	Sarjana	PNS	Rp 800.000	4	19/3

84.	Muh. Abdi Tulus	23	SMA	Mahasiswa	Rp 500.000	2	19/3
85.	Farida Muis	37	Sarjana	URT	Rp 1.000.000	4	19/3
86.	Kasmawati	25	Sarjana	URT	Rp 800.000	2	19/4
87.	Rosdiana. S.Pd	20	Sarjana	PNS	Rp 750.000	2	19/4
88.	Nurwahid	46	SMA	Wiraswasta	Rp 3.000.000	9	19/7
89.	Syamsiah. S.Ag	35	Sarjana	PNS	Rp 800.000	5	19/7
90.	Dra. Mardiana	40	Sarjana	PNS	Rp 1.500.000	6	19/7
91.	Ir. Edy	39	Sarjana	Wiraswasta	Rp 1.000.000	5	19/7
92.	Herawati MM	20	SMA	Mahasiswa	Rp. 500.000	2	21/1
93.	Fatimah.S	32	SMA	URT	Rp 1.000.000	4	21/1
94.	Sumarni	51	SMP	URT	Rp 800.000	3	21/1
95.	Muliati, S.Pi	28	Sarjana	PNS	Rp 800.000	2	21/3
96.	Darniati	30	SMA	URT	Rp 750.000	3	21/3
97.	Ny. Nuraini S	45	SMP	URT	Rp 1.000.000	5	21/3
98.	Fatmawati	47	SMA	URT	Rp 800.000	6	21/4
99.	Marshall	22	SMA	Mahasiswa	Rp 300.000	2	21/4
100	Jayadi	21	SMA	Mahasiswa	Rp 600.000	3	21/4



Lampiran 2. Data Hasil Pengamatan Perilaku Responden

No.	Alasan Mengonsumsi Susu Merek Frisian Flag	Kemasan Yang Dipilih	Alasan
1.	Rasanya enak	Kaleng	Lebih bersih dan sulit menguap
2.	Kandungan gizinya lengkap	Kotak	Harganya murah
3.	Gizinya tinggi dan rasanya enak	Kotak	Praktis dan lebih murah
4.	Komposisinya lengkap, bergizi	Kaleng	Tidak mudah menguap
5.	Gizinya tinggi	Kotak	Praktis dan tidak mudah rusak
6.	Citarasanya yang lezat	Kaleng	Tidak mudah menguap
7.	Mengandung gizi yang tinggi	Kaleng	Tidak mudah rusak
8.	Rasanya lezat dan enak	Kaleng	Tidak mudah menguap
9.	Terbiasa	Kaleng	Praktis dan tahan lama
10.	Rasanya enak	Kotak	Praktis dan mudah dibawa
11.	Mengandung banyak vitamin	Kaleng	Lebih bersih dan sulit menguap
12.	Komposisi gizinya lengkap	Kaleng	Lebih bersih dan sulit menguap
13.	Rasanya enak	Kaleng	Mudah diperoleh
14.	Enak	Kaleng	Tidak mudah rusak/pecah
15.	Komposisinya lengkap	Kaleng	Tidak mudah rusak/tahan
16.	Mudah diperoleh/bergizi	Kaleng	Kuat dan tahan lama
17.	Enak rasanya	Kotak	Praktis dan ekonomis
18.	Gizinya tinggi	Kaleng	Tidak mudah menguap
19.	Cocok untuk pertumbuhan anak	Kotak	Praktis untuk isi ulang
20.	Enak rasanya dan bergizi tinggi	Kaleng	Tidak mudah rusak
21.	Gizinya tinggi	Kotak	Harganya murah
22.	Bergizi tinggi	Kaleng	Tidak mudah menguap
23.	Rasanya enak dan bergizi	Kaleng	Praktis
24.	Kandungan vitamin tinggi	Kotak	Praktis dan ekonomis
25.	Enak rasanya	Kotak	Praktis dan mudah dibawa
26.	Kandungan gizinya tinggi	Kaleng	Tidak mudah rusak/menguap
27.	Komposisinya lengkap	Kaleng	Tidak mudah menguap/rusak
28.	Cukup enak	Sachet	Praktis dan harganya murah
29.	Bergizi	Kaleng	Praktis dan ekonomis
30.	Enak rasanya	Sachet	Praktis dan tidak butuh tempat
31.	Citarasanya	Kaleng	Lebih bersih/sulit menguap
32.	Enak rasanya	Kotak	Tidak mudah rusak/pecah
33.	Bergizi tinggi	Kotak	Mudah diperoleh dan murah
34.	Komposisi gizi yang lengkap	Kotak	Harganya lebih murah/praktis
35.	Kandungan gizi yang sempurna	Kaleng	Tidak mudah rusak/pecah
36.	Bergizi	Sachet	Praktis dan ekonomis
37.	Bergizi tinggi dan enak	Kotak	Mudah dibawa dan praktis
38.	Enak rasanya	Kaleng	Lebih aman dan bersih

39.	Komposisinya yang lengkap	Kaleng	Tidak mudah rusak/pecah
40.	Kebiasaan	Sachet	Mudah diperoleh dan praktis
41.	Gizinya tinggi	Kaleng	Tidak mudah rusak/pecah
42.	Be. gizi	Kotak	Praktis dan mudah diperoleh
43.	Kandungan vitamin yang banyak	Kaleng	Tahan dari cuaca dingi
44.	Bervitamin tinggi	Kotak	Lebih bersih dan aman
45.	Citarasa yang enak	Kaleng	Praktis
46.	Rasanya enak	Kaleng	Tidak mudah rusak
47.	Bergizi tinggi	Kotak	Lebih bersih dan sulit menguap
48.	Enak sekali	Kaleng	Praktis dan tidak butuh tempat
49.	Mudah diperoleh	Kaleng	Tidak mudah rusak
50.	Banyak vitaminnya	Sachet	Praktis dan tidak butuh tempat
51.	Bergizi dan enak rasanya	Kaleng	Tidak mudah rusak
52.	Suka minum susu bendera	Kaleng	Lebih bersih dan sulit menguap
53.	Komposisi yang lengkap	Sachet	Praktis dan ekonomis
54.	Enak sekali	Kaleng	Tidak mudah rusak
55.	Bervitamin	Kotak	Murah dan mudah diperoleh
56.	Banyak mengandung gizi	Kaleng	Aman dari semut
57.	Bergizi tinggi	Sachet	Praktis
58.	Baik untuk kesehatan	Kaleng	Tidak mudah rusak
59.	Bervitamin dan bergizi	Kaleng	Lebih bersih dan tahan lama
60.	Gampang diperoleh	Kotak	Praktis dan harga murah
61.	Harganya tidak mahal	Kotak	Harga lebih murah
62.	Lebih bersih	Kaleng	Tidak mudah rusak
63.	Enak rasanya	Kaleng	Lebih bersih dan sulit menguap
64.	Bergizi tinggi	Kaleng	Lebih bersih dan sulit menguap
65.	Vitaminnya banyak	Kotak	Praktis dan ekonomis
66.	Baik untuk kesehatan	Kaleng	Tidak mudah rusak
67.	Bergizi tinggi	Sachet	Mudah diperoleh dan murah
68.	Enak rasanya	Kaleng	Lebih bersih dan mudah rusak
69.	Baik untuk kesehatan	Kaleng	Tidak mudah rusak/pecah
70.	Mudah diperoleh	Kotak	Gampang dibawa dan murah
71.	Bergizi	Kaleng	Lebih bersih dan sulit menguap
72.	Penting untuk kesehatan	Kaleng	Tidak mudah menguap
73.	Mengandung gizi	Kotak	Praktis
74.	Bergizi tinggi	Sachet	Praktis dan ekonomis
75.	Enak rasanya	Kaleng	mudah diperoleh
76.	Banyak mengandung vitamin	Kotak	praktis dan lebih bersih
77.	Bergizi	Kaleng	tidak mudah menguap
78.	Terbiasa	Kaleng	lebih bersih
79.	Mudah diperoleh	Kaleng	tidak mudah rusak
80.	Komposisi gizi yang lengkap	Sachet	praktis dan murah

81.	Gizinya tinggi	Kaleng	tidak mudah rusak
82.	Banyak mengandung vitamin	Kotak	lebih praktis
83.	Lebih bersih	Kaleng	lebih bersih
84.	Nikmat rasanya	Kaleng	tidak mudah rusak
85.	Lebih enak rasanya	Kaleng	jauh dari gangguan semut
86.	Bergizi tinggi	Kaleng	lebih bersih
87.	Cocok untuk pertumbuhan anak	Kotak	lebih praktis
88.	Baik untuk anak	Kaleng	tidak mudah rusak
89.	Bergizi	Kaleng	lebih bersih
90.	Komposisinya lengkap	Kaleng	tidak menguap
91.	Mengandung gizi tinggi	Kaleng	tidak mudah rusak
92.	Bervitamin	Kotak	lebih praktis
93.	Rasanya enak sekali	Kaleng	jauh dari semut
94.	Mudah diperoleh	Kaleng	lebih bersih dan tahan
95.	Citasanya yang enak	Kaleng	tidak mudah rusak
96.	Banyak gizi	Kotak	lebih bersih
97.	Bergizi	Kaleng	aman dari jangkauan semut
98.	Bergizi mengandung gizi tinggi	Kaleng	lebih bersih
99.	Bergizi	Sachet	murah harganya
100.	bergizi	Sachet	harganya lebih murah.

Lampiran 3. Data Hasil Pengamatan Konsumsi Responden

No.	Kemasan	Jumlah Konsumsi Perbulan	Kategori Pembelian
1	Kaleng	4	Rendah
2	Kotak	4	Tinggi
3	Kotak	3	Rendah
4	Kaleng	3	Rendah
5	Kotak	2	Rendah
6	Kaleng	3	Rendah
7	Kaleng	2	Rendah
8	Kaleng	3	Rendah
9	Kaleng	3	Rendah
10	Kotak	4	Tinggi
11	Kaleng	3	Rendah
12	Kaleng	3	Rendah
13	Kaleng	2	Rendah
14	Kaleng	5	Tinggi
15	Kaleng	3	Rendah
16	Kaleng	3	Rendah
17	Kotak	5	Tinggi
18	Kaleng	3	Rendah
19	Kotak	5	Tinggi
20	Kaleng	4	Rendah
21	Kotak	4	Tinggi
22	Kaleng	3	Rendah
23	Kaleng	3	Rendah
24	Kotak	5	Tinggi
25	Kotak	4	Tinggi
26	Kaleng	3	Rendah
27	Kaleng	3	Rendah
28	Sachet	10	Rendah
29	Kaleng	4	Tinggi
30	Sachet	20	Tinggi
31	Kaleng	3	Rendah
32	Kotak	3	Rendah
33	Kotak	2	Rendah
34	Kotak	5	Tinggi
35	Kaleng	2	Rendah
36	Sachet	20	Tinggi
37	Kotak	2	Rendah
38	Kaleng	2	Rendah
39	Kaleng	3	Rendah



40	Sachet	20	Tinggi
41	Kaleng	3	Rendah
42	Kotak	3	Rendah
43	Kaleng	2	Rendah
44	Kotak	2	Rendah
45	Kaleng	3	Rendah
46	Kaleng	4	Rendah
47	Kotak	3	Rendah
48	Kaleng	5	Tinggi
49	Kaleng	2	Rendah
50	Sachet	15	Rendah
51	Kaleng	2	Rendah
52	Kaleng	2	Rendah
53	Sachet	20	Tinggi
54	Kaleng	2	Rendah
55	Kotak	3	Rendah
56	Kaleng	4	Rendah
57	Sachet	15	Rendah
58	Kaleng	3	Rendah
59	Kaleng	2	Rendah
60	Kotak	4	Tinggi
61	Kotak	2	Rendah
62	Kaleng	3	Rendah
63	Kaleng	4	Rendah
64	Kaleng	3	Rendah
65	Kotak	2	Rendah
66	Kaleng	3	Rendah
67	Sachet	25	Tinggi
68	Kaleng	3	Rendah
69	Kaleng	2	Rendah
70	Kotak	2	Rendah
71	Kaleng	3	Rendah
72	Kaleng	2	Rendah
73	Kotak	3	Rendah
74	Sachet	5	Rendah
75	Kaleng	3	Rendah
76	Kotak	3	Rendah
77	Kaleng	2	Rendah
78	Kaleng	3	Rendah
79	Kaleng	2	Rendah
80	Sachet	20	Tinggi
81	Kotak	3	Rendah

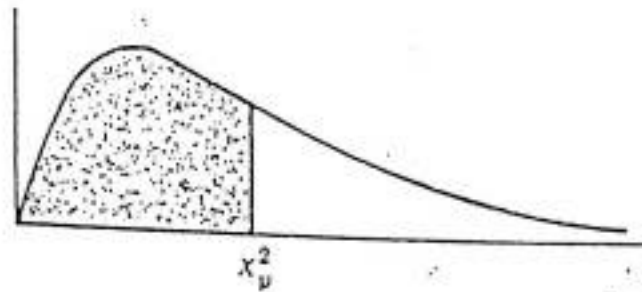
82	kotak	4	Tinggi
83	Kaleng	3	Rendah
84	Kaleng	2	Rendah
85	Kaleng	4	Rendah
86	Kaleng	3	Rendah
87	Kotak	2	Rendah
88	Kaleng	7	Tinggi
89	Kaleng	4	Rendah
90	Kaleng	3	Rendah
91	Kaleng	2	Rendah
92	Kotak	3	Rendah
93	Kaleng	2	Rendah
94	Kaleng	3	Rendah
95	Kaleng	2	Rendah
96	Kotak	3	Rendah
97	Kaleng	2	Rendah
98	Kaleng	4	Rendah
99	Sachet	10	Rendah
100	Sachet	20	Rendah

DAFTAR II

Nilai Persentil
Untuk Distribusi χ^2

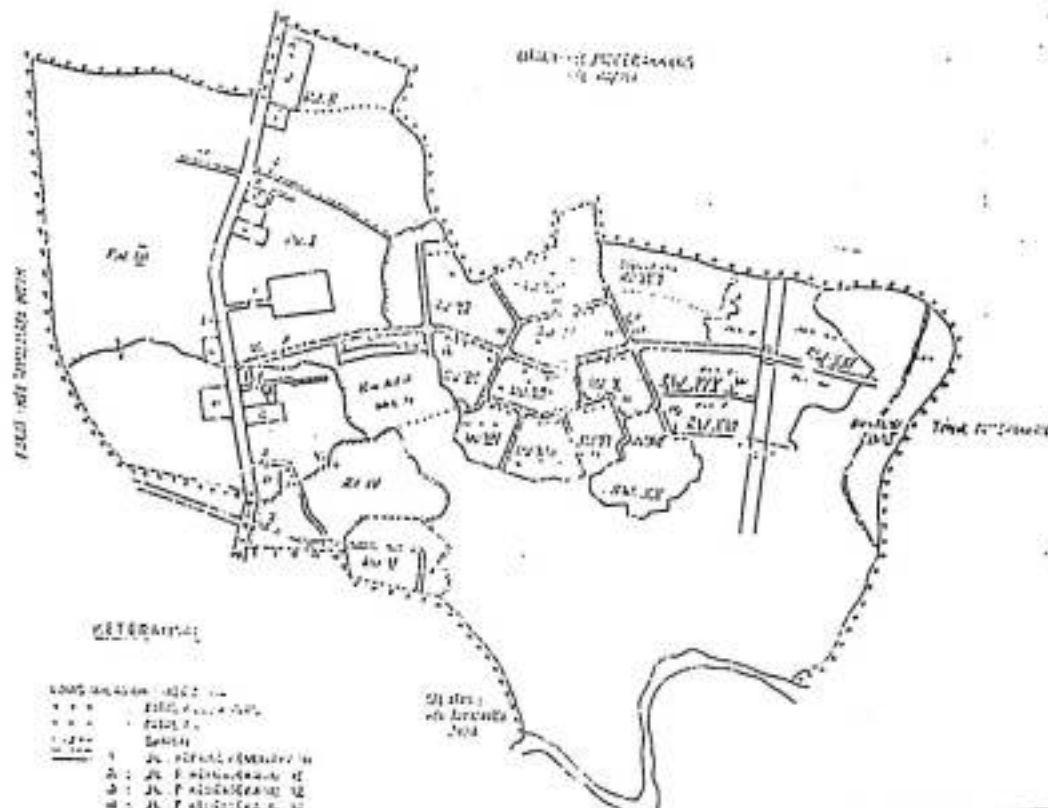
$V = dk$

(Bilangan Dalam Badan Daftar
Menyatakan χ^2_p)



V	$\chi^2_{0.995}$	$\chi^2_{0.99}$	$\chi^2_{0.975}$	$\chi^2_{0.95}$	$\chi^2_{0.90}$	$\chi^2_{0.75}$	$\chi^2_{0.50}$	$\chi^2_{0.25}$	$\chi^2_{0.10}$	$\chi^2_{0.05}$	$\chi^2_{0.025}$	$\chi^2_{0.01}$	$\chi^2_{0.005}$
1	7.88	6.63	5.02	3.84	2.71	1.32	0.455	0.102	0.016	0.004	0.001	0.0002	0.000
2	10.6	9.21	7.38	5.99	4.61	2.77	1.39	0.575	0.211	0.103	0.051	0.0201	0.010
3	12.8	11.3	9.35	7.81	6.25	4.11	2.37	1.21	0.584	0.352	0.216	0.113	0.072
4	14.9	13.3	11.1	9.49	7.78	5.39	3.36	1.92	1.06	0.711	0.484	0.297	0.207
5	16.7	15.1	12.8	11.1	9.24	6.63	4.35	2.67	1.61	1.15	0.831	0.554	0.412
6	18.5	16.8	14.1	12.6	10.6	7.84	5.35	3.45	2.20	1.64	1.24	0.872	0.676
7	20.3	18.5	16.0	14.1	12.0	9.04	6.35	4.25	2.83	2.17	1.69	1.24	0.989
8	22.0	20.1	17.5	15.5	13.4	10.2	7.34	5.07	3.49	2.73	2.18	1.65	1.34
9	23.6	21.7	19.0	16.9	14.7	11.4	8.34	5.90	4.17	3.33	2.70	2.09	1.73
10	25.2	23.2	20.5	18.3	16.0	12.5	9.34	6.74	4.87	3.94	3.25	2.56	2.16
11	26.8	24.7	21.9	19.7	17.3	13.7	10.3	7.58	5.58	4.57	3.82	3.05	2.60
12	28.3	26.2	23.3	21.0	18.5	14.8	11.3	8.41	6.30	5.23	4.40	3.57	3.07
13	29.8	27.7	24.7	22.4	19.8	16.0	12.3	9.30	7.04	5.89	5.01	4.11	3.57
14	31.3	29.1	26.1	23.7	21.1	17.1	13.3	10.2	7.79	6.57	5.63	4.56	4.07
15	32.8	30.6	27.5	25.0	22.3	18.2	14.3	11.0	8.55	7.26	6.26	5.23	4.60
16	34.3	32.0	28.8	26.3	23.5	19.4	15.3	11.9	9.31	7.96	6.91	5.81	5.14
17	35.7	33.4	30.2	27.6	24.8	20.5	16.3	12.8	10.1	8.67	7.56	6.41	5.70
18	37.2	34.8	31.5	28.9	26.0	21.6	17.3	13.7	10.9	9.39	8.23	7.01	6.26
19	38.6	36.2	32.9	30.1	27.2	22.7	18.3	14.6	11.7	10.1	8.91	7.63	6.84
20	40.0	37.6	34.2	31.4	28.4	23.8	19.3	15.5	12.4	10.9	9.59	8.26	7.43
21	41.4	38.9	35.5	32.7	29.6	24.9	20.3	16.3	13.2	11.6	10.3	8.90	8.03
22	42.8	40.3	36.8	33.9	30.8	26.0	21.3	17.2	14.0	12.3	11.0	9.54	8.64
23	44.2	41.6	38.1	35.2	32.0	27.1	22.3	18.1	14.8	13.1	11.7	10.2	9.26
24	45.6	43.0	39.4	36.4	33.2	28.2	23.3	19.0	15.7	13.8	12.4	10.9	9.89
25	46.9	44.3	40.6	37.7	34.4	29.3	24.3	19.9	16.5	14.6	13.1	11.5	10.5
26	48.3	45.6	41.9	38.9	35.6	30.4	25.3	20.8	17.3	15.4	13.8	12.2	11.2
27	49.6	47.0	43.2	40.1	36.7	31.5	26.3	21.7	18.1	16.2	14.6	12.9	11.8
28	51.0	48.3	44.5	41.3	37.9	32.6	27.3	22.7	18.9	16.9	15.3	13.6	12.5
29	52.2	49.6	45.7	42.6	39.1	33.7	28.3	23.6	19.8	17.7	16.0	14.3	13.1
30	53.7	50.9	47.0	43.8	40.3	34.8	29.3	24.5	20.6	18.5	16.8	15.0	13.8
40	56.8	53.7	50.3	55.8	51.8	45.6	39.3	33.7	29.1	26.5	24.4	22.2	20.7
50	59.5	56.2	53.1	67.5	63.2	56.3	49.3	42.9	37.7	34.8	32.4	29.7	28.0
60	62.0	58.4	55.5	79.1	74.1	67.0	59.3	52.3	46.5	43.2	40.5	37.5	35.5
70	64.2	60.4	57.0	90.5	85.5	77.6	69.3	61.7	55.3	51.7	48.8	45.4	43.3
80	66.3	62.3	58.6	101.9	96.6	88.1	79.3	71.1	64.3	60.4	57.2	53.5	51.2
90	68.3	64.1	60.1	113.1	107.6	98.6	89.3	80.6	73.3	69.1	65.6	61.8	59.2
100	70.2	65.8	61.6	124.3	118.5	109.1	99.3	90.1	82.4	77.9	74.2	70.1	67.3

PETA KELURAHAN TAMALANREA KEC. TAMALANREA K.M.P.



KETERANGAN:

- | | |
|-------|-------------|
| ••••• | batas desa |
| ••••• | batas RT |
| — | jalan |
| — | saluran air |
| 1 | RT 1 |
| 2 | RT 2 |
| 3 | RT 3 |
| 4 | RT 4 |
| 5 | RT 5 |
| 6 | RT 6 |
| 7 | RT 7 |
| 8 | RT 8 |
| 9 | RT 9 |
| 10 | RT 10 |
| 11 | RT 11 |
| 12 | RT 12 |
| 13 | RT 13 |
| 14 | RT 14 |
| 15 | RT 15 |
| 16 | RT 16 |
| 17 | RT 17 |
| 18 | RT 18 |
| 19 | RT 19 |
| 20 | RT 20 |
| 21 | RT 21 |
| 22 | RT 22 |
| 23 | RT 23 |
| 24 | RT 24 |
| 25 | RT 25 |
| 26 | RT 26 |
| 27 | RT 27 |
| 28 | RT 28 |
| 29 | RT 29 |
| 30 | RT 30 |
| 31 | RT 31 |
| 32 | RT 32 |
| 33 | RT 33 |
| 34 | RT 34 |
| 35 | RT 35 |
| 36 | RT 36 |
| 37 | RT 37 |
| 38 | RT 38 |
| 39 | RT 39 |
| 40 | RT 40 |
| 41 | RT 41 |
| 42 | RT 42 |
| 43 | RT 43 |
| 44 | RT 44 |
| 45 | RT 45 |
| 46 | RT 46 |
| 47 | RT 47 |
| 48 | RT 48 |
| 49 | RT 49 |
| 50 | RT 50 |

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP BENTUK KEMASAN SUSU BUBUK MEREK FRISIAN FLAG PADA KELURAHAN TAMALANREA KECAMATAN TAMALANREA, MAKASSAR

MOHON DIJAWAB PERTANYAAN DIBAWAH INI :

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin :
4. Pekerjaan :
5. Pendidikan :
6. Jumlah Anggota Keluarga :
7. Pendapatan Keluarga Perbulan :

B. DAFTAR PERTANYAAN

1. Apakah keluarga anda mengkonsumsi susu ?
 - a. Ya
 - b. Tidak
2. Apakah anda mengkonsumsi susu bubuk merek Frisian Flag ?
 - a. Ya
 - b. Tidak

Alasannya.....
3. Jika Ya, bentuk kemasan yang bagaimana yang anda pilih ?
 - a. Kaleng
 - b. Kotak
 - c. Sachet.
4. Alasannya :
 - a. Harganya murah
 - b. Mudah diperoleh
 - c. Praktis
 - d. Lebih bersih dan sulit menguap
 - e. Tidak mudah rusak/pecah
 - f.

4. Dalam sebulan berapa konsumsi susu bubuk merek Frisian Flag keluarga anda
- a. Kaleng :/bulan
 - b. Kotak :/bulan
 - c. Sachet : /bulan

RIWAYAT HIDUP

Muhammad Nur Azhar lahir di Pare-Pare tanggal 04 September 1977, anak ke 9 (Sembilan) dari 10 (Sepuluh) bersaudara anak Mustafa dan Ibu Hj St. Saniasa.

Pendidikan Formal :

1. SDN No. 49 Pare-Pare Tahun 1985 – 1990
2. SMP Negeri 2 Pare-Pare Tahun 1990 – 1993
3. SMA Negeri 4 Pare-Pare Tahun 1993 – 1996

Terdaftar sebagai mahasiswa di Universitas Hasanuddin Fakultas Peternakan Jurusan Sosial Ekonomi Peternakan, Tahun 1997.

Selama menempuh pendidikan di Fakultas Peternakan Unhas, Aktif dalam kegiatan kemahasiswaan dan terdaftar sebagai Pengurus Senat Mahasiswa Fakultas Peternakan dan Pengurus Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Peternakan Universitas Hasanuddin