

# CONSUMER BEHAVIOUR OF PURCHASE IS DECISION FRESH DAIRY MILK STORY

(Case Study Milk Story Semeru street No. 70 Malang)

**Cholifatul Mukarromah<sup>1)</sup>, Budi Hartono<sup>2)</sup> and Bambang Ali Nugroho<sup>3)</sup>**

1Mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya

2Dosen Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya

Fakultas Peternakan, Universitas Brawijaya, Jl. Veteran Malang 65145 Indonesia,

Email : [ifanya\\_27@yahoo.com](mailto:ifanya_27@yahoo.com)

---

## ABSTRACT

*The data collection of the research conducted on February 20 to March 20 2013 The story of dairy milk stores located in street Semeru 70 Malang. The purpose of this study was to identify consumer behavior in purchasing decisions of fresh dairy products in the dairy story, particularly among young people or teenagers who became the attractiveness of milk consumption, and to determine the factors that most influence the purchase decision of fresh dairy products in the Milk story. The material of this study was the visitors who took the story of milk 100 respondents. This research method is a survey method is to interview respondents and distributing questionnaires. Respondents who visited most of the milk story of women 55 % and men 45 %, dominated by students / student aged 20-24 years and had a median income of Rp. 500,000 to 1,000,000. Significant regression results to explain that of 15 variables that influence purchasing decisions for fresh dairy products in the dairy story only 4 variables were highly influential, namely affordability, waiters dressed and polite the location is easily accessible transport and facilities free wifi.*

*Keywords : Milk, Consumer, Buying, Product and Dairy.*

## PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK OLAHAN SUSU SEGAR DI MILK STORY

(Study Kasus Di Kedai Milk Story Jln. Semeru No. 70 Malang)

## ABSTRAK

Pengumpulan data penelitian ini dilaksanakan mulai 20 Februari sampai dengan 20 Maret 2013 di kedai susu Milk Story yang berlokasi di Jln. Semeru No.70 Kota Malang. Tujuan penelitian adalah untuk mengidentifikasi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk olahan susu segar di *milk story*, khususnya di kalangan anak muda atau remaja yang menjadi daya tarik terhadap konsumsi susu, serta untuk mengetahui faktor yang paling mempengaruhi dalam keputusan pembelian produk olahan susu segar di *Milk Story*. Materi penelitian ini adalah pengunjung milk story yang diambil sebanyak 100 responden. Metode penelitian ini adalah metode *survey* yaitu dengan

wawancara responden dan pembagian kuisioner. Hasil penelitian menjelaskan bahwa responden yang berkunjung ke milk story mayoritas adalah 55 % perempuan dan 45 % laki-laki, didominasi oleh pelajar/mahasiswa dengan usia 20-24 tahun serta memiliki pendapatan rata-rata Rp. 500.000-Rp.1.000.000. Hasil dari regresi berganda menjelaskan bahwa dari ke 15 variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian terhadap produk olahan susu segar di milk story hanya 4 variabel yang memiliki pengaruh signifikan yaitu harga yang terjangkau, pelayan yang berpakaian rapi dan sopan, lokasi mudah dijangkau alat transportasi dan fasilitas *free wifi*.

Kata kunci : susu, konsumen, pembelian, produk, perusahaan susu.

---

## PENDAHULUAN

Susu merupakan bahan pangan hasil ternak yang mempunyai nilai gizi dan palatabilitas tinggi. Berdasarkan zat gizi yang lengkap dan seimbang susu bukan saja cocok untuk bayi dan anak-anak, tetapi juga bermanfaat bagi remaja maupun orang dewasa. Kandungan air di dalam susu sangat tinggi, yaitu sekitar 87,5 %, dengan kandungan gula susu (laktosa) sekitar 5 %, protein sekitar 3,5 %, dan lemak sekitar 3-4 %. Gula dalam susu disebut laktosa atau gula susu, kadarnya sekitar 5 - 8 %. Laktosa memiliki daya kemanisan sangat rendah, yaitu hanya 16 % daya kemanisan sukrosa. Laktosa merupakan senyawa yang banyak digunakan dalam pembentukan sel otak, khususnya bagi anak-anak usia di bawah 7 tahun, agar jumlah maupun perkembangan sel otaknya berlangsung dengan normal dan lancar. Mineral yang banyak terdapat dalam susu adalah kalsium dan posfor. Kedua mineral tersebut penting bagi pertumbuhan tulang. Mineral lain seperti klorida, kalsium, magnesium dan natrium terlarut dalam air. Vitamin yang tinggi terdapat dalam susu adalah niasin dan riboflavin (Setya, 2012).

Di tengah maraknya kedai kopi di Kota Malang, ada tempat yang tidak kalah menarik untuk menikmati kuliner yaitu *milk story*. Seperti namanya, kedai susu yang satu ini sebagai tempat santai yang menyajikan aneka olahan susu segar. Mulai dari susu pasteurisasi, yogurt, es krim hingga *milk shake*. Masa remaja adalah masa pertumbuhan dan perkembangan yang sangat penting. Selain aktif berolahraga, nutrisi yang lengkap dan seimbang juga penting untuk mendukung proses pertumbuhan dan perkembangan ini. Banyak aktivitas yang dilakukan di kalangan remaja, oleh karena itu *milk story* bisa menjadi tempat sehat untuk memenuhi asupan gizi mereka. Bagi yang tidak menyukai susu, *milk story* juga menyajikan berbagai menu olahan susu segar sehingga kita dapat mengkonsumsinya sesuai selera kita seperti yogurt, es krim hingga *milk shake*.

Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Barang

berharga jual rendah (*low-involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan mudah, sedangkan untuk barang berharga jual tinggi (*high-involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan pertimbangan yang matang. Harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, di mana harga

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut :

- a. Faktor apa saja yang paling mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk olahan susu segar di *milk story* khususnya para remaja.
- b. Bagaimana perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk olahan susu segar di *milk story*.

### **Tujuan Penelitian**

- a. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang paling mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk olahan susu segar di *milk story* khususnya para remaja.
- c. Mengetahui perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk olahan susu segar di *milk story*.

## **METODE PENELITIAN**

### **Waktu dan Lokasi Penelitian**

Penelitian dilaksanakan di kedai susu *milk story* yang berlokasi di Jln.

dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk karena berbagai alasan. Harga yang ditawarkan di kedai susu *milk story* sangat terjangkau sehingga konsumen tertarik untuk melakukan pembelian disana ( Matsaini, 2012).

Semeru No.70 Kota Malang. Pengambilan data dimulai bulan Februari 2013 sampai dengan Maret 2013. Pengambilan data dengan mempertimbangkan alasan karena ramai pengunjung serta yang datang kebanyakan adalah para remaja.

### **Metode Penelitian**

Metode penelitian yang dilakukan adalah metode *Survey*. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dengan melakukan observasi langsung melalui wawancara dari responden dan pengisian kuesioner yang disebarkan kepada konsumen kedai *milk story*. Data Sekunder yaitu tidak langsung atau dari berbagai sumber.

### **Variabel Pengamatan**

Terdapat 5 variabel yang diukur, meliputi : Harga ( Jenis produk, tingkat harga), Lingkungan (nilai budaya, keluarga dan teman ), pelayanan (keramahan, kerapian, ketrampilan, kecepatan), Lokasi (jarak dan mudah dijangkau), keadaan fisik toko (penampilan toko, luas toko, wifi dan penataan produk).

## Analisa Data

Analisa data hasil penelitian menggunakan beberapa uji diantaranya Uji validitas, Reliabilitas, analisis faktor, dan regresi linier berganda (uji f dan uji t). Metode analisis data yang digunakan adalah analisis faktor dengan bantuan program komputer SPSS for windows. Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis pertama yang dikemukakan di muka adalah analisis faktor. Malhotra (1996) Analisis faktor adalah serangkaian prosedur yang digunakan untuk mengurangi dan meringkas data. Secara matematis model analisis faktor dapat disajikan sebagai berikut :

$$X_i = A_{i1}F_1 + A_{i2}F_2 + A_{i3}F_3 + \dots + A_{im}F_m + V_iU_i$$

Keterangan :

- X<sub>i</sub> = variabel standart ke-1
- A<sub>ij</sub> = koefisien loading dari variabel i pada faktor khusus (unique).
- F = faktor umum
- V<sub>i</sub> = koefisien standardized loading dari variabel i pada faktor khusus i
- U<sub>i</sub> = faktor khusus bagi variabel i

Dalam hal ini faktor khusus tidak berhubungan satu sama lain dan tidak berkorelasi dengan faktor-faktor umum, sedangkan faktor-faktor umum itu sendiri dapat dinyatakan sebagai kombinasi linier dari variabel-variabel yang akan diteliti.

Formulasi matematisnya adalah :

$$F_1 = W_1X_1 + W_2X_2 + W_3X_3 + \dots + W_kX_k$$

Keterangan :

- F<sub>1</sub> = estimasi faktor loading ke i
- W<sub>1</sub> = bobot atau koefisien nilai faktor
- K = jumlah variabel

Untuk mengetahui variable yang mempengaruhi keputusan pembelian produk olahan susu segar di *Milk Story* (hipotesis ke 2) dapat dianalisis dengan menggunakan regresi linier berganda. Hubungan sebab akibat dari variabel tersebut dapat ditulis dengan persamaan matematis sebagai berikut :

$$Y = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6, X_7, X_8, X_9)$$

Yang dapat pada persamaan regresi berganda sebagai berikut (Damodar Gujarati, 1997) :

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + \dots + B_nX_n + m$$

Keterangan :

- Y = Variabel terikat (keputusan pembelian)
- β<sub>0</sub> = Konstanta
- β = Koefesien regresi
- m = Kesalahan pengganggu
- X<sub>1</sub> = harga                      X<sub>4</sub> = lokasi
- X<sub>2</sub> = lingkungan              X<sub>5</sub> = keadaan fisik toko
- X<sub>3</sub> = pelayanan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, sebagian besar jumlah responden adalah perempuan yaitu sebanyak 55 orang atau 55 % hal ini dikarenakan perempuan biasanya datang ramai-

ramai bersama teman-temannya. Sedangkan responden laki-laki sebanyak 45 orang atau 45 % dikarenakan mayoritas laki-laki yang datang biasanya bersama pasangan. Sebaran tertinggi berdasarkan usia antara 20-24 tahun dengan jumlah sebanyak 65 orang atau 65 %. Hal ini dikarenakan *milk story* merupakan *cafe* yang rata-rata pengunjungnya didominasi para remaja. Gambaran responden menurut tingkat pendidikan, responden didominasi oleh pendidikan sarjana sebanyak 84 orang atau 84 %. Hal ini dikarenakan *milk story* merupakan *cafe* yang rata-rata pengunjungnya didominasi para pelajar/mahasiswa dan kota Malang sendiri merupakan kota pelajar. Tingkat pendidikan yang ditempuh seseorang menunjukkan tingkat pengetahuan dan wawasan yang dimiliki sehingga akan berpengaruh pada perilaku terhadap keputusan pembelian produk olahan susu segar di *milk story*. Pekerjaan yang menjadi mayoritas responden adalah pelajar/mahasiswa sebanyak 91 orang

atau 91 %, dapat dilihat bahwa responden memiliki latar belakang pendidikan S1. Berdasarkan hasil wawancara menggunakan kuisioner, didapatkan persentase responden yang memiliki pendapatan perbulan Rp. 100.000-500.000 sebanyak 30 orang (30 %) responden, Rp. 500.000 -1.000.000 sebanyak 49 orang (49 %) responden, 20 (17 %) responden memiliki pendapatan perbulan sebesar Rp. 1.000.000-Rp 5.000.000, dan 1 orang responden (1 %) memiliki pendapatan perbulan di atas Rp 5.000.000. Gambaran umum responden dapat disimpulkan bahwa yang berkunjung ke kedai *milk story* adalah para remaja usia 20-24 tahun yang di dominasi para pelajar atau mahasiswa S1 yang memiliki uang saku antara Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000, hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang berkunjung ke Kedai *Milk Story* tergolong mahasiswa mampu yang belum bekerja dan pendapatan berasal dari uang saku orang tua.

### **Hasil Analisis Regresi Berganda Faktor-Faktor Yang Paling Berpengaruh Terhadap Produk Olahan Susu Segar Di Milk Story**

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
(Constant)	4.514		3.137	.002
X <sub>12</sub> (harga)	1.509	.400	5.301	.000
X <sub>32</sub> (pelayan rapi dan sopan)	1.065	.239	3.170	.002
X <sub>41</sub> (lokasimudah dijangkau)	.679	.204	2.923	.004
X <sub>53</sub> (fasilitas wifi)	.748	.255	3.488	.001
R = 0,754			F hitung = 31,368	
R Square (R <sup>2</sup> )= 0,569			F tabel = 3,95	
N= 100			T tabel= 1,984	
Signifikan = 0,05 (5 %)				

Berdasarkan tabel x yang diperoleh dari hasil pengolahan dan komputersasi dengan menggunakan program SPSS versi 17 maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 4,514 + 1,509X_{12} + 1,065X_{32} + 0,679X_{51} + 0,748X_{53}$$

Dimana :

- Y = Keputusan pembelian
- a = konstanta
- X<sub>12</sub> = harga
- X<sub>32</sub> = pelayan yang berpakaian rapi dan sopan
- X<sub>41</sub> = lokasi mudah dijangkau
- X<sub>53</sub> = fasilitas wifi

Hasil regresi berganda di atas menunjukkan bahwa variabel bebas yakni faktor harga, pelayanan, lokasi mudah dijangkau dan fasilitas berpengaruh positif terhadap variabel terikat yakni keputusan pembelian. Di mana setiap kenaikan yang terjadi pada variabel bebas akan diikuti pula oleh kenaikan variabel terikat. Selain itu dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa variabel bebas yang dominan yang menentukan keputusan pembelian dalam membeli produk di Kedai *Milk Story* Malang adalah faktor harga sebesar 1,509.

Dari hasil pengolahan data komputersasi dengan menggunakan program SPSS versi 16 dapat dilihat nilai  $R = 0,754$ , artinya hubungan positif dan kuat antara variabel faktor faktor harga, pelayanan, lokasi mudah dijangkau dan fasilitas dengan keputusan pembelian konsumen Kedai *Milk Story* Malang. Dari hasil tersebut diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) = 0,569. Hal ini

menunjukkan bahwa sebesar 59,70 % keputusan pembelian konsumen Kedai *Milk Story* Malang dapat dijelaskan oleh variabel (faktor faktor harga, pelayanan, lokasi mudah dijangkau dan fasilitas), sedangkan sisanya (100 % - 56,9 % = 43,1 %) dijelaskan faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

### **Pengujian Uji F**

Berdarkan pengujian statistik dengan metode uji F, di mana tingkat signifikan yang diperoleh lebih kecil yakni sebesar 0,000 dari standar signifikan yakni 5 % atau 0, 05 dan perbandingan antara F hitung dan F tabel, di mana F hitung sebesar 31, 368 lebih besar dari F tabel yakni 3,52 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima atau variabel X (harga, pelayanan, lokasi mudah dijangkau dan fasilitas) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Kedai *Milk Story* Malang.

Jadi dapat disimpulkan bahwa berdasarkan teori dan hasil statistik penelitian berdasarkan uji F maka faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di Kedai *Milk Story* Malang yang terdiri dari harga, pelayanan, lokasi mudah dijangkau dan fasilitas secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

### **Pengujian Secara Parsial (Uji t)**

Berdasarkan tabel x, t hitung untuk faktor harga yang diterangkan dengan variabel harga produk yang terjangkau sebesar 5,301. Untuk mengetahui pengaruh variabel ini dengan

menggunakan t hitung, maka kita harus membandingkan antara t hitung dan t tabel. Apabila t hitung > t tabel, maka variabel tersebut punya pengaruh terhadap variabel dependen. Perbandingan t hitung dan t tabel dapat kita lihat bahwa nilai t hitung > dari nilai t tabel, yakni 3,063 > 1,984. Faktor pelayanan yang diterangkan oleh variabel pelayan yang berpakaian rapi dan sopan sebesar 3,170. Untuk mengetahui pengaruh variabel ini dengan menggunakan t hitung, maka kita harus membandingkan antara t hitung dan t tabel. Apabila t hitung > t tabel, maka variabel tersebut punya pengaruh terhadap variabel dependen. Perbandingan t hitung dan t tabel dapat kita lihat bahwa nilai t hitung > dari nilai t tabel, yakni 4,363 > 1,984. faktor keadaan lokasi mudah dijangkau yang diterangkan oleh variabel keadaan lokasi mudah dijangkau yang bersih dan rapi sebesar 2,923. Untuk mengetahui pengaruh variabel ini dengan menggunakan t hitung, maka kita harus membandingkan antara t hitung dan t tabel. Apabila t hitung > t tabel, maka variabel tersebut punya pengaruh terhadap variabel dependen. Perbandingan t hitung dan t tabel dapat kita lihat bahwa nilai t hitung > dari nilai t tabel, yakni 2,943 > 1,984. Faktor fasilitas yang ditengkan oleh variabel fasilitas wif sebesar 3,130. Untuk mengetahui pengaruh variabel ini dengan menggunakan t hitung, maka kita harus membandingkan antara t hitung dan t tabel. Apabila t hitung > t tabel, maka variabel tersebut punya pengaruh terhadap variabel dependen. Perbandingan t hitung dan t tabel dapat

kita lihat bahwa nilai t hitung > dari nilai t tabel, yakni 3,130 > 1,984.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Faktor-faktor yang paling mempengaruhi dalam keputusan pembelian produk olahan susu segar di milk story adalah harga produk, pelayan berpakaian sopan dan rapi, tempat mudah dijangkau alat transportasi dan adanya fasilitas *free wifi*
2. Perilaku konsumen positif terhadap faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian produk olahan susu segar di *milk story*.

## SARAN

Berikut ini adalah saran yang bisa diberikan sebagai hasil penelitian yang telah dilakukan :

1. Diharapkan kedai *milk story* dapat memperbaiki variabel kapasitas dan kebersihan tempat mengingat banyaknya pengunjung yang datang.
2. Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk *milk story* perlu diketahui, sehingga *milk story* dapat meningkatkan fasilitas dan pelayanan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asseal, H. 1992. **Consumer Behavior and Marketing Action**, Fourth Edition PWS, Kent Publishing Company, Boston.
- Kotler, P dan Lane, K. 2007. **Manajemen Pemasaran**. Jilid 1. PT. Indeks. Jakarta
- Lamb, Hair, McDaniel. 2001. **Pemasaran**. Edisi Pertama, Salemba Empat Jakarta.
- Maholtra, N. K. 1996. **Marketing Research ana Applied Orientation**. Prentice Hall International, Inc. New Jersey.
- Matsaini, 2012. **Analisis Perilaku Konsumen**.  
*<http://www.Pps.Unud.Ac.Id/.../Unud-267-1026420403-Tesis>*
- Setya, A. 2012. **Teknologi Pengolahan Susu**.  
*<http://pangan.unisri.ac.id/wp-content/uploads/2012/11/BPK-Susu-2012.pdf>*.
- Simamora, B. 2004. **Panduan Riset Perilaku Konsumen**. Edisi Kedua. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono. 2004. **Metode Penelitian Bisnis**. Edisi Ketujuh. Jilid 2. Erlangga. Jakarta.
- Suliyanto. 2005. **Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran**. PT. Ghalia Indonesia. Bogor.
- Sutisna. 2001. **Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran**. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Umar, H. 2002. **Metodologi Penelitian Aplikasi Untuk Pemasaran**. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.