

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP SUSU KENTAL MANIS FRISIAN FLAG DAN OMELA DI LOTTE MART MALL PANAKKUKANG MAKASSAR

Astati*, Rusni, Amriana Hifizah, Handayani Indah Susanti, Muh. Sakir

Jurusan Ilmu Peternakan

Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

Jl. Sultan Alauddin No. 63, Gowa, Sulawesi Selatan, Indonesia. 92113

*E-mail: astati@uin-alauddin.ac.id

Abstrak: Seiring dengan perkembangan zaman dan semakin meningkatnya kebutuhan minuman dan makanan bergizi membuka peluang bagi perusahaan komoditi peternakan terutama komoditi susu, yangmana sangat dibutuhkan oleh banyak orang selain harganya terjangkau dan mudah dikonsumsi. Saat ini banyak sekali bermunculan merek susu dengan berbagai rasa, desain, dan memberikan kualitas yang bagus dan harga yang cukup bersaing, diantaranya susu kental manis Frisian Flag dan Omela. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap Frisian Flag dan susu kental manis Omela di Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar. Pengumpulan data dilakukan selama 2 bulan yaitu pada bulan Februari sampai Maret 2020. Hasil penelitian dianalisis menggunakan ukuran sikap multiatribut *Fishbein*, yaitu $Ao = bi \times ei$, dimana: Ao (sikap terhadap susu kental manis), bi (kekuatan keyakinan terhadap susu kental manis), misalnya kandungan nutrisi, dengan atribut i (rasa, harga, kesesuaian, kemasan, merek, kandungan nutrisi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan enam atribut yang dievaluasi, merek dan kandungan gizi memiliki skor sikap tertinggi. Kepercayaan responden terhadap atribut merek dan kandungan gizi susu kental manis Omela memiliki skor sikap yang lebih tinggi daripada Frisian Flag. Artinya konsumen setuju dengan atribut susu kental manis Omela dibandingkan dengan susu kental manis Frisian Flag.

Kata Kunci: konsumen; sikap; susu kental manis

Abstract: Along with the times and the increasing need for nutritious drinks and food, there are opportunities for livestock commodity companies, especially milk commodities, which are needed by many people besides being affordable and easy to consume. Currently, many milk brands have emerged with various flavors, designs, and provide good quality and quite competitive prices, including Frisian Flag sweetened condensed milk and Omela. This study aims to determine consumer attitudes to Frisian Flag and Omela sweetened condensed milk in Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar. The Research was carried data were out for 2 months, in Februari to March 2020. Analysed using multiatribut Fishbein attitude measures, namely $Ao = bi \times ei$, where: Ao (attitude toward sweetened condensed milk), bi (strenght of belief that sweetened condensed milk), ei (evaluation of attributes). Has attribute i (taste, price, conformity, packaging, brand, nutritional content). The results showed that based on the six evaluated attributes, brand and nutritional content had the highest attitude scores. Respondents' trust in brand attributes

and nutritional content of sweetened condensed milk Omela has a higher attitude score than Frisian Flag. This means that consumers agree with the attributes of Omela's sweetened condensed milk compared to Frisian Flag's sweetened condensed milk.

Keywords: attitude; consumer; sweetened condensed milk

PENDAHULUAN

Perkembangan usaha dewasa ini telah diwarnai dengan berbagai macam persaingan di segala bidang. Melihat kondisi tersebut menyebabkan pebisnis semakin dituntut mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi target volume penjualan. Mengingat perkembangan teknologi yang makin dinamis, manusia dituntut dengan cepat dan tepat untuk bertindak agar tidak kalah bersaing.

Seiring dengan perkembangan zaman dan semakin meningkatnya kebutuhan minuman dan makanan bergizi membawa angin segar bagi perusahaan komoditi peternakan terutama komoditi susu, yangmana sangat dibutuhkan oleh banyak orang selain harganya terjangkau dan mudah dikonsumsi. Saat ini banyak sekali bermunculan merek susu dengan berbagai rasa, desain, dan memberikan kualitas yang bagus dan harga yang cukup bersaing. Bagi perusahaan yang bergerak di bidang pemasaran susu, hal ini merupakan suatu peluang untuk menguasai pasar. Beberapa merek yang digemari oleh sebagian masyarakat sejak dahulu adalah merek Frisian Flag dan saat ini telah bermunculan berbagai merek produk susu. Untuk menghadapi persaingan tersebut, perusahaan selalu menciptakan penemuan-penemuan baru yang mana disesuaikan dengan perkembangan zaman dan keinginan masyarakat agar produknya tetap laris.

Produk yang ditawarkan oleh perusahaan dapat menjadi salah satu pembentukan sikap konsumen dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian. Di samping itu, kemudahan untuk mendapatkan susu saat ini sangat mudah karena program distribusi pemasaran dilakukan dengan baik, dapat terjangkau oleh masyarakat, menjadikan produk susu khususnya susu kental manis menjadi salah satu produk olahan komoditi peternakan yang cukup diminati. Selain persepsi, akan muncul pula sikap seseorang dalam menilai suatu objek yang akan diminati dan untuk dimiliki.

Konsumsi susu khususnya susu kental manis terus mengalami peningkatan. Hal ini tidak terlepas dari faktor peningkatan kesadaran masyarakat terhadap minuman yang bernilai gizi tinggi. Ini menjadi salah satu faktor meningkatkan jumlah produsen yang memasarkan susu kental manis, seperti Frisian Flag atau yang juga dikenal susu bendera, Indomilk, cap Enak, Carnation, Omela, dan lain sebagainya. Berdasarkan latar belakang tersebut, dilakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap Frisian Flag dan susu kental manis Omela di Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif yaitu suatu jenis penelitian yang hanya menggambarkan variabel secara independen. Metode yang digunakan adalah metode survei yaitu melakukan pengamatan langsung terhadap objek penelitian dengan melakukan wawancara terhadap konsumen yang datang membeli produk susu kental manis Frisian Flag dan Omela di Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar, yang dianalisis menggunakan pengukuran sikap multiatribut *Fishbein* sebagai berikut:

$$A_0 \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i$$

Dimana:

- A_0 : Sikap terhadap susu kental manis
 b_i : Kekuatan kepercayaan bahwa susu kental manis tersebut memiliki atribut i (rasa, harga, selera, kemasan, merek, dan kandungan nutrisi)
 e_i : Evaluasi terhadap atribut i (rasa, harga, selera, kemasan, merek, dan kandungan nutrisi)
 n : Jumlah atribut yang dimiliki objek

Analisis data deskriptif dengan cara menganalisis hasil tabulasi kusioner dengan menggunakan beberapa Skala *Likert* terhadap variabel yang diteliti. Variabel tersebut dijabarkan ke dalam beberapa indikator untuk dibuatkan pernyataan yang selanjutnya akan ditanggapi oleh responden. Setiap item pernyataan diberi tingkatan skor, yaitu:

- 1 : Sangat tidak setuju
2 : Tidak setuju
3 : Cukup
4 : Setuju
5 : Sangat setuju

Untuk mengetahui sikap konsumen terhadap produk susu kental manis Frisian Flag dan Omela digunakan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Penentuan kemungkinan skor tertinggi dan terendah:

- a. Susu Frisian Flag
Skor tertinggi = $5 \times 80 = 400$
Skor terendah = $1 \times 80 = 80$
b. Susu Omela
Skor tertinggi = $5 \times 62 = 310$
Skor terendah = $1 \times 62 = 62$

Dimana:

- a. 5 dan 1 adalah angka tertinggi dan terendah dari setiap b_i (tingkat kepercayaan) dan e_i (dimensi evaluasi).
b. 80 adalah banyaknya responden dari konsumen susu kental manis Frisian Flag dan 60 dari susu kental manis Omela.

2. Membuat rentang skala linear

$$\text{Rentang skala} = \frac{m-n}{b}$$

Dimana:

- M : Skor tertinggi yang mungkin terjadi
 n : Skor terendah yang mungkin terjadi
 b : Jumlah skala penilaian yang ingin dibentuk

a. Susu Frisian Flag

$$\begin{aligned} \text{Rentang skala} &= \frac{400-80}{5} \\ &= 64 \end{aligned}$$

b. Susu Omela

$$\begin{aligned} \text{Rentang skala} &= \frac{310-62}{5} \\ &= 49,6 \end{aligned}$$

3. Selanjutnya dilakukan interpretasi terhadap skor perilaku

a. Susu Frisian Flag

$$\begin{aligned} \text{Sangat tidak setuju} &= 80 - 144 \\ \text{Tidak setuju} &= 144 - 208 \\ \text{Biasa} &= 208 - 272 \\ \text{Setuju} &= 272 - 336 \\ \text{Sangat setuju} &= 336 - 400 \end{aligned}$$

b. Susu Omela

$$\begin{aligned} \text{Sangat tidak setuju} &= 62 - 111,6 \\ \text{Tidak setuju} &= 111,6 - 161,2 \\ \text{Biasa} &= 161,2 - 210,8 \\ \text{Setuju} &= 210,8 - 260,4 \\ \text{Sangat setuju} &= 260,4 - 310 \end{aligned}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komponen Evaluasi Konsumen terhadap Atribut Susu Kental Manis Frisian Flag dan Omela

a. Rasa

Rasa adalah salah satu faktor yang memengaruhi sikap konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian baik dalam hal jenis maupun jumlah produk yang akan dikonsumsi. Evaluasi konsumen terhadap susu kental manis di Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar yang baik adalah susu kental manis yang memiliki rasa manis khas dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Evaluasi konsumen terhadap rasa susu kental manis Frisian Flag dan Omela di Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar

No.	Uraian	Skor	Frisian Flag		Omela	
			Jumlah (orang)	Bobot	Jumlah (orang)	Bobot
1.	Sangat Setuju	5	45	225	34	170
2.	Setuju	4	20	80	17	68
3.	Biasa	3	15	45	9	27
4.	Tidak Setuju	2	0	0	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0	0
Skor Jawaban			80	350	62	269
Persentase (%)				4,4		4,3

Berdasarkan Tabel 1. terlihat bahwa tingkat evaluasi konsumen terhadap rasa susu kental manis yang baik, menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen menanggapi sangat setuju terhadap rasa susu kental manis Frisian Flag yakni sebanyak 45 orang, sedangkan susu kental manis Omela sebanyak 34 orang. Sementara total bobot tingkat evaluasi konsumen terhadap rasa khas susu kental manis Frisian Flag sebesar 350 dan susu kental manis Omela 269. Nilai tersebut menunjukkan bahwa konsumen sangat setuju akan susu kental manis yang baik yaitu yang memiliki rasa yang khas, dan atribut rasa merupakan salah satu faktor yang memengaruhi sikap konsumen dalam pengambilan keputusan baik dalam jenis maupun jumlah produk yang akan dikonsumsi.

b. Harga

Harga suatu produk merupakan salah satu penentu atas besarnya permintaan. Harga yang murah umumnya akan dapat menjadi salah satu faktor pendorong seseorang dalam mengambil keputusan pembelian suatu barang atau jasa. Akan tetapi secara psikologis, harga yang murah dapat memberikan dampak negatif bagi perusahaan karena *image* harga yang murah dapat menjadi indikator suatu produk yang kurang bermutu. Evaluasi konsumen terhadap susu kental manis di Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar yang baik adalah susu kental manis yang harganya terjangkau dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Evaluasi konsumen terhadap harga susu kental manis Frisian Flag dan Omela di Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar

No.	Uraian	Skor	Frisian Flag		Omela	
			Jumlah (orang)	Bobot	Jumlah (orang)	Bobot
1.	Sangat Setuju	5	40	200	30	150
2.	Setuju	4	30	120	20	80
3.	Biasa	3	10	30	12	36
4.	Tidak Setuju	2	0	0	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0	0
Skor Jawaban			80	350	62	266
Persentase (%)				4,4		4,3

Berdasarkan Tabel 2, terlihat bahwa tingkat evaluasi konsumen terhadap susu kental yang baik adalah susu kental manis yang harganya terjangkau, dimana sebagian besar konsumen menanggapi sangat setuju terhadap harga susu kental manis Frisian Flag dan Omela yang harganya terjangkau. Sementara total bobot tingkat evaluasi konsumen terhadap susu kental manis yang harganya terjangkau adalah sebesar 350 dan 266. Nilai tersebut menunjukkan bahwa konsumen sangat setuju akan harga susu kental manis tersebut. Ginting (2019) menyatakan bahwa, jika harga suatu produk tidak terlalu tinggi, maka konsumen tidak akan terlalu lama membutuhkan waktu untuk memikirkan dan melakukan aktivitas perilaku konsumen untuk membeli. Namun jika harga suatu barang atau jasa tersebut tinggi, atau mahal, maka konsumen tersebut akan memberikan usaha atau *effort* lebih terhadap barang tersebut.

c. Selera

Selera adalah kegiatan seseorang untuk membeli suatu barang atau jasa. Selera konsumen pada umumnya berubah dari waktu ke waktu. Meningkatnya selera terhadap suatu barang tertentu pada umumnya berakibat naiknya jumlah permintaan terhadap barang tersebut begitu pula sebaliknya, menurunnya selera konsumen terhadap suatu barang tertentu pada umumnya berakibat berkurangnya jumlah permintaan terhadap barang tersebut. Evaluasi konsumen terhadap susu kental manis Frisian Flag dan Omela di Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar yang baik adalah susu kental manis yang sesuai selera konsumen dapat dilihat pada Tabel 3.

Berdasarkan Tabel 3, terlihat bahwa tingkat evaluasi konsumen terhadap susu kental yang baik adalah susu kental manis yang sesuai selera konsumen, dimana sebagian besar konsumen menanggapi sangat setuju terhadap susu kental manis Frisian Flag dan Omela yang harganya terjangkau. Hal ini disebabkan selera merupakan kesan konsumen dalam pembelian, nilai guna, dan desain dari produk susu kental manis tersebut. Sementara total bobot tingkat evaluasi konsumen terhadap susu kental manis yang sesuai selera adalah sebesar 320 dan 281. Nilai tersebut menunjukkan bahwa konsumen setuju

akan kesan, nilai guna, dan desain dari produk susu kental manis Frisian Flag dan konsumen menanggapi sangat setuju pada susu kental manis Omela.

Tabel 3. Evaluasi konsumen terhadap selera susu kental manis Frisian Flag dan Omela di Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar

No.	Uraian	Skor	Frisian Flag		Omela	
			Jumlah (orang)	Bobot	Jumlah (orang)	Bobot
1.	Sangat Setuju	5	35	159	38	190
2.	Setuju	4	27	108	19	76
3.	Biasa	3	17	51	5	15
4.	Tidak Setuju	2	1	2	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0	0
Skor Jawaban			80	320	62	281
Persentase (%)				4,0		4,5

d. Kemasan

Kemasan merupakan salah satu faktor penting dalam strategi pemasaran. Suatu produk yang dikemas secara menarik tentunya akan dapat berpengaruh dalam perilaku pembelian seseorang. Evaluasi konsumen terhadap susu kental manis Frisian Flag dan Omela di Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar yang berkualitas adalah susu kental manis yang memiliki kemasan yang aman dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Evaluasi Konsumen terhadap kemasan susu kental manis Frisian Flag dan Omela di Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar

No.	Uraian	Skor	Frisian Flag		Omela	
			Jumlah (orang)	Bobot	Jumlah (orang)	Bobot
1.	Sangat Setuju	5	50	250	37	185
2.	Setuju	4	13	52	15	60
3.	Biasa	3	10	30	8	24
4.	Tidak Setuju	2	5	10	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju	1	2	2	0	0
Skor Jawaban			80	344	62	279
Persentase (%)				4,3		4,5

Berdasarkan Tabel 4, terlihat bahwa tingkat evaluasi konsumen terhadap susu kental manis yang berkualitas adalah susu kental manis yang aman, menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen menanggapi sangat setuju terhadap kemasan susu kental manis Frisian Flag dan Omela. Sementara total bobot tingkat evaluasi konsumen terhadap susu kental manis dengan kemasan yang aman adalah sebesar 344 dan 279. Nilai tersebut menunjukkan bahwa konsumen sangat setuju akan kemasan dari produk susu kental manis Frisian Flag dan Omela.

e. Merek

Merek adalah suatu tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa. Evaluasi konsumen terhadap merek susu kental manis Frisian Flag dan Omela di Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Evaluasi konsumen terhadap merek susu kental manis Frisian Flag dan Omela di Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar

No.	Uraian	Skor	Frisian Flag		Omela	
			Jumlah (orang)	Bobot	Jumlah (orang)	Bobot
1.	Sangat Setuju	5	51	255	34	170
2.	Setuju	4	13	52	15	60
3.	Biasa	3	15	45	11	33
4.	Tidak Setuju	2	0	0	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1	1	0	0
Skor Jawaban			80	325	62	267
Persentase (%)				4,0		4,3

Berdasarkan Tabel 5, terlihat bahwa tingkat evaluasi konsumen terhadap merek susu kental manis Frisian Flag dan Omela, menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen menanggapi sangat setuju terhadap merek susu kental manis Frisian Flag dan Omela. Sementara total bobot tingkat evaluasi konsumen terhadap merek susu kental manis Frisian Flag dan Omela adalah sebesar 325 dan 267. Nilai tersebut menunjukkan bahwa konsumen setuju terhadap merek Frisian Flag dan sangat setuju terhadap merek Omela.

f. Kandungan Gizi

Kandungan gizi merupakan banyaknya kandungan yang dimiliki oleh suatu produk baik itu protein, vitamin, kalsium, dan lain sebagainya. Evaluasi konsumen terhadap susu kental manis Frisian Flag dan Omela di Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar yang berkualitas adalah susu kental manis yang memiliki kandungan gizi yang lengkap dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Evaluasi Konsumen terhadap merek susu kental manis Frisian Flag dan Omela di Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar

No.	Uraian	Skor	Frisian Flag		Omela	
			Jumlah (orang)	Bobot	Jumlah (orang)	Bobot
1.	Sangat Setuju	5	46	230	33	165
2.	Setuju	4	27	108	24	96
3.	Biasa	3	6	18	5	15
4.	Tidak Setuju	2	1	2	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0	0
Skor Jawaban			80	358	62	276
Persentase (%)				4,5		4,4

Berdasarkan Tabel 6, terlihat bahwa tingkat evaluasi konsumen terhadap kandungan gizi susu kental manis Frisian Flag dan Omela, menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen menanggapi sangat setuju terhadap kandungan gizi yang lengkap susu kental manis Frisian Flag dan Omela. Sementara total bobot tingkat evaluasi konsumen terhadap merek susu kental manis Frisian Flag dan Omela adalah sebesar 358 dan 276. Nilai tersebut menunjukkan bahwa konsumen sangat setuju terhadap kandungan gizi susu kental manis Frisian Flag dan Omela, dimana dengan kandungan gizi yang lengkap tersebut menciptakan aroma dan membangkitkan selera.

Komponen Kepercayaan Konsumen terhadap Atribut Susu Kental Manis Frisian Flag dan Omela

a. Rasa

Rasa adalah salah satu faktor yang memengaruhi sikap konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian baik dalam hal jenis maupun jumlah produk yang akan dikonsumsi. Apalagi jika produk tersebut merupakan produk makanan atau minuman, maka faktor rasa yang enak merupakan hal yang sangat penting. Hal ini juga menyangkut selera konsumen dalam mengonsumsi produk makanan atau minuman, dimana rasa yang enak tentunya akan menyebabkan konsumen menetapkan tujuan atau keputusan dalam pembelian produk tersebut. Adapun tanggapan konsumen terhadap susu kental manis Frisian Flag dan Omela adalah susu kental manis yang memiliki rasa manis yang khas, dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Kepercayaan konsumen terhadap rasa susu kental manis Frisian Flag dan Omela di Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar

No.	Uraian	Skor	Frisian Flag		Omela	
			Jumlah (orang)	Bobot	Jumlah (orang)	Bobot
1.	Sangat Setuju	5	36	180	33	165
2.	Setuju	4	23	92	16	64
3.	Biasa	3	16	48	12	36
4.	Tidak Setuju	2	3	6	1	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1	2	2	0	0
Skor Jawaban			80	328	62	267
Persentase (%)				4,1		4,3

Berdasarkan Tabel 7, terlihat bahwa tingkat kepercayaan konsumen terhadap rasa susu kental manis yang baik, menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen menanggapi sangat setuju terhadap rasa susu kental manis Frisian Flag sebanyak 36 orang, sedangkan susu kental manis Omela sebanyak 33 orang. Sementara total bobot tingkat evaluasi konsumen terhadap rasa susu kental manis Frisian Flag sebesar 328 dan susu kental manis Omela 267. Nilai tersebut menunjukkan bahwa konsumen setuju terhadap rasa susu kental manis Frisian Flag dan sangat setuju terhadap rasa susu kental manis Omela.

b. Harga

Harga suatu produk merupakan salah satu penentu atas besarnya permintaan. Harga suatu produk mempengaruhi posisi persaingan di pasar penjualan, sehingga mempengaruhi volume penjualan. Tanggapan konsumen terhadap susu kental manis di Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar yang baik adalah susu kental manis yang harganya terjangkau dapat dilihat pada Tabel 8.

Berdasarkan Tabel 8, terlihat bahwa tingkat kepercayaan konsumen terhadap harga susu kental manis Frisian Flag, menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen menanggapi sangat setuju terhadap harga susu kental manis Frisian Flag yaitu sebanyak 30 orang, sedangkan susu kental manis Omela sebanyak 25 orang. Sementara total bobot tingkat kepercayaan konsumen terhadap harga susu kental manis Frisian Flag sebesar 312 dan susu kental manis Omela 254. Nilai tersebut menunjukkan bahwa konsumen setuju terhadap harga susu kental manis Frisian Flag dan Omela, seperti dalam penelitian Asman & Apriliani (2020) bahwa harga sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian susu Dancow.

Tabel 8. Kepercayaan Konsumen terhadap Harga Susu Kental Manis Frisian Flag dan Omela di Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar

No.	Uraian	Skor	Frisian Flag		Omela	
			Jumlah (orang)	Bobot	Jumlah (orang)	Bobot
1.	Sangat Setuju	5	30	150	25	125
2.	Setuju	4	28	112	21	84
3.	Biasa	3	11	33	13	39
4.	Tidak Setuju	2	6	12	3	6
5.	Sangat Tidak Setuju	1	5	5	0	0
Skor Jawaban			80	312	62	254
Persentase (%)				3,9		4,1

c. Selera

Selera adalah kegiatan seseorang untuk membeli suatu barang atau jasa. Selera konsumen pada umumnya berubah dari waktu ke waktu. Meningkatnya selera terhadap suatu barang tertentu pada umumnya berakibat naiknya jumlah permintaan terhadap barang tersebut begitu pula sebaliknya, menurunnya selera konsumen terhadap suatu barang tertentu pada umumnya berakibat berkurangnya jumlah permintaan terhadap barang tersebut. Apabila selera konsumen terhadap suatu barang dan jasa tinggi, maka akan diikuti dengan peningkatan keputusan konsumen dalam pembelian barang dan jasa tersebut (Suantara et al., 2014).

Tanggapan konsumen terhadap selera susu kental manis Frisian Flag dan Omela di Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Kepercayaan Konsumen terhadap selera susu kental manis Frisian Flag dan Omela di Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar

No.	Uraian	Skor	Frisian Flag		Omela	
			Jumlah (orang)	Bobot	Jumlah (orang)	Bobot
1.	Sangat Setuju	5	30	150	22	110
2.	Setuju	4	25	100	21	84
3.	Biasa	3	16	48	11	33
4.	Tidak Setuju	2	5	10	7	14
5.	Sangat Tidak Setuju	1	4	4	1	1
Skor Jawaban			80	312	62	242
Persentase (%)				3,9		3,9

Berdasarkan Tabel 9, terlihat bahwa tingkat kepercayaan konsumen terhadap susu kental yang baik adalah susu kental manis yang sesuai selera konsumen, dimana sebagian besar konsumen menanggapi sangat setuju terhadap atribut susu kental manis Frisian Flag dan Omela tersebut. Ini menjadi dasar bagi konsumen dalam pengambilan keputusan. Saat ini, selera konsumen selalu berubah-ubah yang diakibatkan oleh globalisasi, ketidakpuasan, perubahan usia, dan gaya hidup keluarga. Sementara total bobot tingkat evaluasi konsumen terhadap susu kental manis yang sesuai selera konsumen adalah sebesar 312 dan 242. Nilai tersebut menunjukkan bahwa konsumen setuju akan kesan, nilai guna dan desain dari produk susu kental manis Frisian Flag dan Omela.

d. Kemasan

Kemasan merupakan salah satu faktor yang dapat menjadikan produk memiliki daya tarik, tempat melindungi produk agar mutunya tetap baik, sebab dengan adanya kemasan, produk dapat dirancang serta fungsi lain dari kemasan yaitu untuk mempromosikan produk yang telah dibuat oleh produsen kepada konsumen.

Tanggapan kepercayaan konsumen terhadap kemasan susu kental manis Frisian Flag dan Omela di Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Komponen kepercayaan konsumen terhadap kemasan susu kental manis Frisian Flag dan Omela di Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar

No.	Uraian	Skor	Frisian Flag		Omela	
			Jumlah (orang)	Bobot	Jumlah (orang)	Bobot
1.	Sangat Setuju	5	46	230	28	140
2.	Setuju	4	28	112	24	96
3.	Biasa	3	6	18	8	24
4.	Tidak Setuju	2	0	0	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0	0
Skor Jawaban			80	360	62	260
Persentase (%)				4,5		4,2

Berdasarkan Tabel 10, terlihat bahwa tingkat kepercayaan konsumen terhadap kemasan susu kental manis Frisian Flag, menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen menanggapi sangat setuju terhadap kemasan susu kental manis Frisian Flag dan Omela. Sementara total bobot tingkat evaluasi konsumen terhadap susu kental manis Frisian Flag adalah sebesar 360 dan susu kental manis sebesar 260. Nilai tersebut menunjukkan bahwa konsumen sangat setuju akan kemasan dari produk susu kental manis Frisian Flag dan setuju dengan kemasan susu kental manis Omela.

Sudirman et al. (2020) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan menjadi salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis, dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk meraih laba di masa yang akan datang, menjadi pemicu upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Peta persaingan bisnis semakin meningkat tajam, preferensi dan perilaku pelanggan berubah, teknologi informasi berkembang dengan cepat mendorong organisasi bisnis untuk lebih fokus menanggapi kepuasan pelanggan untuk menjamin pengembangan dan keberlanjutan bisnis.

e. Merek

Merek memungkinkan konsumen untuk mengatur dengan lebih baik pengalaman tempat belanja mereka, membantu mereka mencari dan menemukan keterangan produk. Sedangkan fungsi merek adalah untuk membedakan kepentingan perusahaan, penawaran dari semuanya. Informasi tentang produk dan merek datang dari bermacam-macam sumber, memasang iklan, pemberitaan, penjualan dan pengemasan.

Tanggapan kepercayaan konsumen terhadap merek susu kental manis Frisian Flag dan Omela di Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar dapat dilihat pada Tabel 11. Berdasarkan Tabel 11, terlihat bahwa tingkat kepercayaan konsumen terhadap merek susu kental manis Frisian Flag dan Omela, menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen menanggapi sangat setuju. Sementara total bobot tingkat kepercayaan konsumen terhadap merek susu kental manis Frisian Flag adalah sebesar 336 dan Omela 267. Nilai tersebut menunjukkan bahwa konsumen setuju terhadap merek Frisian Flag dan sangat setuju terhadap merek Omela.

Tabel 11. Komponen kepercayaan konsumen terhadap merek susu kental manis Frisian Flag dan Omela di Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar

No.	Uraian	Skor	Frisian Flag		Omela	
			Jumlah (orang)	Bobot	Jumlah (orang)	Bobot
1.	Sangat Setuju	5	36	180	28	140
2.	Setuju	4	27	108	26	104
3.	Biasa	3	14	42	7	21
4.	Tidak Setuju	2	3	6	1	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0	0
Skor Jawaban			80	336	62	267
Persentase (%)				4,2		4,3

f. Kandungan Gizi

Kandungan gizi merupakan banyaknya kandungan yang dimiliki oleh suatu produk susu kental manis Frisian Flag dan Omela, baik itu protein, vitamin, kalsium, dan lain sebagainya. Tanggapan konsumen terhadap susu kental manis Frisian Flag dan Omela di Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar yang berkualitas adalah susu kental manis yang memiliki kandungan gizi yang lengkap dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Komponen kepercayaan konsumen terhadap kandungan gizi susu kental manis Frisian Flag dan Omela di Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar

No.	Uraian	Skor	Frisian Flag		Omela	
			Jumlah (orang)	Bobot	Jumlah (orang)	Bobot
1.	Sangat Setuju	5	31	155	34	170
2.	Setuju	4	20	80	25	100
3.	Biasa	3	19	57	3	9
4.	Tidak Setuju	2	10	20	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0	0
Skor Jawaban			80	312	62	279
Persentase (%)				3,9		4,5

Berdasarkan Tabel 12. terlihat bahwa tingkat kepercayaan konsumen terhadap kandungan gizi susu kental manis Frisian Flag dan Omela, menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen menanggapi sangat setuju terhadap kandungan gizi susu kental manis Frisian Flag dan Omela. Sementara total bobot tingkat kepercayaan konsumen terhadap kandungan gizi susu kental manis Frisian Flag dan Omela adalah sebesar 312 dan 279. Nilai tersebut menunjukkan bahwa konsumen setuju terhadap kandungan gizi susu kental manis Frisian Flag dan sangat setuju terhadap kandungan gizi susu kental manis Omela. Hal ini memperlihatkan bahwa kandungan gizi susu kental manis Frisian Flag dan Omela bagi konsumen sudah bukan merupakan masalah, dimana kedua susu kental manis ini sebagai salah satu minuman yang bergizi tinggi dengan kandungan gizi yang lengkap.

Salah satu faktor yang mempengaruhi responden dalam memilih susu kental manis adalah faktor komposisi dan nilai gizi. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Hidayat et al. (2009), bahwa salah satu atribut yang diutamakan konsumen dalam memutuskan pembelian susu formula adalah klaim gizi. Konsumen cenderung memilih kandungan zat gizi yang dianggap memiliki klaim gizi terbaik.

Sikap Konsumen terhadap Pembelian Susu Kental Manis Frisian Flag dan Omela

Sikap merupakan suatu hal yang memungkinkan seseorang untuk menunjukkan respon terhadap objek yang dapat menguntungkan atau tidak menguntungkan. Objek

tersebut dapat berupa produk, merek, harga, dan lain-lain yang dilakukan oleh setiap perusahaan untuk memperkenalkan produk yang ingin dipasarkan. Adapun sikap terhadap susu kental manis dengan menggunakan metode multiatribut *Fishbein* bagi konsumen di Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Sikap responden terhadap atribut susu kental manis

No.	Atribut	Frisian Flag			Omela		
		Skor bi	Skor ei	bi.ei	Skor bi	Skor ei	bi.ei
1.	Rasa	4,3	4,1	17,6	4,3	4,3	18,4
2.	Harga	4,3	3,9	16,7	4,2	4,1	17,2
3.	Selera	4,0	3,9	15,6	4,5	3,9	17,5
4.	Kemasan	4,3	4,5	19,3	4,5	4,2	18,9
5.	Merek	4,0	4,2	16,8	4,3	4,6	19,7
6.	Kandungan Gizi	4,4	3,9	17,2	4,4	4,5	18,9
Σ bi.ei		103,2			110,6		

Berdasarkan Tabel 13, hasil analisis sikap multiatribut *Fishbein* responden di Lotte Mart Mall Panakkukang Makassar terhadap produk susu kental manis Frisian Flag dan Omela, menunjukkan nilai skor sikap total Frisian Flag (103,2) lebih kecil dari Omela (110,6). Ini berarti bahwa responden lebih menyukai produk Omela dibandingkan dengan Frisian Flag. Hal ini disebabkan adanya keunggulan atribut yang dimiliki oleh susu kental manis Omela dibandingkan susu kental manis Frisian Flag.

Dari keenam atribut susu kental manis yang dievaluasi oleh responden, atribut kandungan gizi memiliki skor tertinggi pada susu kental manis Frisian Flag. Ini menunjukkan bahwa dalam pembelian susu kental manis ini, konsumen lebih memperhatikan kandungan gizi dari produk ini dibandingkan dengan atribut lainnya. Sedangkan pada susu kental manis Omela, konsumen lebih memperhatikan merek dalam pengambilan keputusan pembelian dibandingkan dengan atribut lainnya. Ini berarti merek Omela adalah suatu nama atau kata yang menarik bagi konsumen. Oleh karena itu, perusahaan perlu meningkatkan promosi produknya terhadap susu kental manis Frisian Flag agar konsumen tidak melupakan produk ini. Selain itu, konsumen lebih selektif dalam memilih produk baik dari segi harga, kualitas produk maupun citra mereknya (Rizky et al., 2018).

Berbeda halnya pada atribut harga, selera, dan kemasan, konsumen lebih memilih susu kental manis Frisian Flag. Pemilihan produk tersebut berdasarkan atas anggapan konsumen bahwa meskipun harga mahal asalkan produk tersebut memberikan nilai kepuasan, dalam arti berkualitas dan sesuai dengan selera. Berbeda dengan pendapat Amam et al. (c2016) dalam hasil penelitiannya, bahwa sikap konsumen pada atribut harga Anlene lebih kuat dibandingkan merek Hilo, hal tersebut disebabkan karena konsumen mengetahui bahwa harga susu Anlene lebih murah dibandingkan dengan susu Hilo.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis sikap konsumen terhadap susu kental manis Frisian Flag dan Omela di Lotte Mart Mall Panakukang Makassar menunjukkan bahwa dari keenam atribut yang dievaluasi, atribut merek dan kandungan gizi memiliki skor tertinggi. Ini berarti sikap responden setuju terhadap kedua atribut tersebut. Kepercayaan responden terhadap atribut harga, selera, dan kemasan susu kental manis Frisian Flag lebih unggul dari susu kental manis Omela. Hal ini berarti, konsumen bersikap setuju terhadap atribut susu kental manis Frisian Flag tersebut. Dan

berdasarkan skor *Fishbein*, responden lebih menyukai susu kental manis Omela dibandingkan Frisian Flag.

DAFTAR PUSTAKA

- Amam, A., Fanani, Z., & Nugroho, B. A. (2016). Analisis sikap konsumen terhadap susu bubuk berkalsium tinggi dengan menggunakan multi-atribut model dan norma subyektif model. *Wacana, Jurnal Sosial dan Humaniora*, 19(01), 12–21. <https://doi.org/10.21776/ub.wacana.2016.019.01.2>.
- Asman, N., & Apriliani, N. (2020). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian sim card Axis. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(7), 398-414. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v5i7.1469>.
- Ginting, M. (2019). *Perilaku Konsumen*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/pfjhz>.
- Hidayat, I. K., Sumarwan, U., & Yuliati, L. N. (2009). Persepsi dan sikap ibu terhadap *klaim gizi dalam iklan* susu formula lanjutan anak usia prasekolah dan hubungannya dengan keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 2(1), 77–85. <https://doi.org/10.24156/jikk.2009.2.1.77>.
- Rizky, M. A., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). Pengaruh persepsi harga, kualitas produk, citra merek dan promosi terhadap keputusan pembelian produk susu Indomilk (Studi pada konsumen susu Indomilk di Kecamatan Purwosari, Kabupaten Pasuruan). *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 8(11), 40–55.
- Suantara, I. G. P. E., Artana, M., & Suwena, K. R. (2014). Pengaruh selera dan harga terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sepeda motor Honda di Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA*, 4(1), 1–10.
- Sudirman, A., Syafika, A., Siti, R., Syamsuriansyah, Lucky, N., Opan, A., Ita M.H., Anne, H., Fenny, D. Rusmana, Khairul, R. (2020). *Perilaku Konsumen dan Perkembangannya di Era Globalisasi*. Bandung: Widina Bhakti Persada.