

PENGARUH SIKAP DAN NIAT PADA PERILAKU BELI : STUDI EMPIRIK TEORI PLANNED BEHAVIOR PADA PRODUK SUSU FORMULA

Titi Fibrilianthi Carolina, Suci Paramitasari Syahlani dan F. Trisakti Haryadi¹

INTISARI

Studi ini merupakan pengujian empiris teori perilaku terencana pada produk susu formula untuk bayi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh sikap, norma subjektif dan kontrol berperilaku yang dirasakan pada perilaku beli susu formula untuk bayi. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang diuji dengan uji validitas dan realibilitas. Sejumlah 50 responden sebagai sampel ditentukan dengan metode *purposive sampling method* dengan kriteria responden adalah seorang ibu yang memiliki bayi berusia 0-12 bulan. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa hanya norma subjektif berpengaruh pada niat beli susu formula. Namun demikian, niat dan kontrol berperilaku yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap perilaku beli.

(Key words : Teori Planned Behavior, Produk, Susu formula)

¹Bagian Sosial Ekonomi, Fakultas Peternakan UGM, Jl. Fauna No. 3 Bulaksumur, Yogyakarta. 55281

EFFECT OF ATTITUDE AND INTENTION ON BUYING BEHAVIOR : EMPIRICAL STUDY OF PLANNED BEHAVIOR THEORY ON INFANT FORMULA MILK

ABSTRACT

The study was the implementation of planned behavior theory on buying behavior of infant formula milk. The aims of the study were to identify the influence of attitude, subjective norm and perceived behavioral control on the intention of buying formula milk and to identify the influence of intention and perceived behavioral control on behavior of buying formula milk. Instrument which used was the questioner with Likert scale that had been analyzed for the validity and reliability. Purposive sampling method was used. 50 respondents were mother who had a baby which the age from zero until 12 months. Result of hierarchies analysis regression from attitude, subjective norm and perceived behavioral control variables, was that only subjective norm had significance influence to the intention of buying formula milk. Attitude, subjective norm and perceived behavioral control variables gave influence 54.5% for intention. Subjective norm contributes the highest one if compared with other variables. Intention variable was had significance influence to the behavior of buying formula milk, but perceived behavioral control variable was not give significance influence. Intention and perceived behavioral control variable gave influence 23.8% to the behavior of buying formula milk. The conclusion of this experiment are intention is a variable which has direct influence to the behavior of buying formula milk, perceived behavioral control variable has no significant influence whether direct or indirect through intention variable on behavior of buying formula milk.

(Key words : Theory of Planned Behavior, Infant Formula Milk)

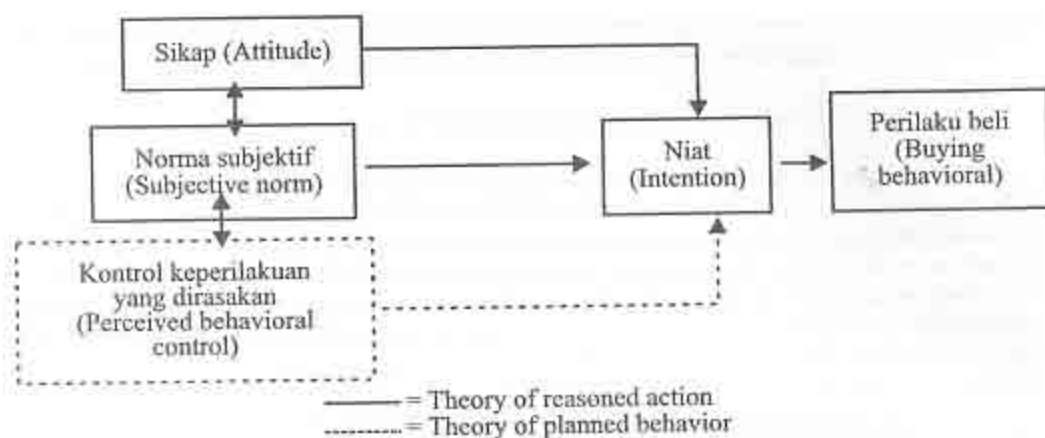
Pendahuluan

Susu formula bayi merupakan produk susu yang diolah dari susu segar dan zat gizinya didekatkan dengan kandungan zat gizi air susu ibu atau ASI (Widiastuti, 1995). Perkembangan teknologi dan pengetahuan tentang pangan memungkinkan perusahaan susu formula dapat meniru beberapa jenis zat gizi yang terkandung dalam ASI, seperti : asam lemak omega, zat besi, taurin dan berbagai macam yang lain sehingga susu formula dianggap dapat menggantikan ASI.

Susu formula diproduksi khusus sebagai makanan bayi yang mengalami kelainan-kelainan metabolisme sejak lahir (Suharjo, 1989 *cit.* Fitrisia, 2002) dan memenuhi kebutuhan gizi bayi jika ibu tidak dapat memberikan ASI secara eksklusif. Beragam alasan penggunaan susu formula adalah dampak urbanisasi dan pengaruh kebudayaan barat telah menyebabkan

pergeseran nilai sosio-budaya masyarakat diantaranya yaitu persepsi masyarakat bahwa pemberian susu botol dianggap menjadi simbol kepraktisan. Selain itu, perusahaan melakukan program promosi untuk menyampaikan informasi produk dan manfaat susu formula. Hal ini diikuti dengan penyediaan ragam merek dan varian susu formula serta distribusi yang baik.

Berbagai informasi dan kemudahan tersebut diduga mempengaruhi sikap konsumen terhadap susu formula yang nantinya akan menentukan perilaku pembelian. Salah satu pendekatan teori yang dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh sikap pada perilaku beli adalah teori *planned behavior*. Teori ini merupakan teori sikap yang dikembangkan dari *theory of reasoned action* (teori tindakan beralasan) untuk memprediksi perilaku secara lebih akurat (Dharmmesta, 1998; Kit, 1998; Azwar, 2002) dengan penambahan satu variabel, yaitu



Bagan perbandingan *reasoned action theory* dan *planned behavior theory* (Dharmmesta, 1998).

kontrol keperilakuan yang dirasakan (Dharmmesta, 2003).

Teori *planned behavior* menjelaskan sikap, norma subjektif dan kontrol keperilakuan yang dirasakan sebagai variabel yang mendahului niat dan perilaku. Perhatian utama dalam teori ini adalah niat seseorang untuk melakukan perilaku karena niat merupakan variabel antara yang menyebabkan terjadinya perilaku. Uji empirik teori ini telah dilakukan pada pelayanan jasa kereta api, stasiun kereta api, perhotelan (Wirawan, 2004).

Namun demikian teori ini secara empirik belum pernah dilakukan dalam kategori produk susu formula bayi. Tujuan dari penelitian ini untuk mengidentifikasi pengaruh sikap, norma subyektif dan kontrol keperilakuan yang dirasakan terhadap niat membeli susu formula, mengidentifikasi pengaruh niat membeli susu formula terhadap perilaku membeli susu formula dan mengidentifikasi pengaruh kontrol keperilakuan yang dirasakan terhadap perilaku membeli susu formula.

Materi dan Metode

Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2006 di Yogyakarta merupakan studi

kasus di Kecamatan Depok dan Mlati Kabupaten Sleman. Sejumlah 50 responden yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan secara purposif dengan kriteria responden merupakan ibu yang mempunyai bayi berusia 0-12 bulan. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner untuk mengukur variabel sikap, norma subyektif, kontrol keperilakuan, niat dan perilaku beli yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya.

Secara konseptual sikap merupakan evaluasi individu pada suatu perilaku tertentu dengan batasan operasional sebagai evaluasi ibu terhadap perilaku pembelian susu formula bayi yang diukur dengan cara mengkalikan nilai keyakinan dengan evaluasi. Norma subyektif merupakan faktor sosial yang menunjukkan tekanan sosial yang dirasakan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku dengan batasan operasional sebagai faktor sosial yang mempengaruhi ibu untuk melakukan ataupun tidak melakukan pembelian susu formula. Variabel kontrol keperilakuan merupakan kemudahan atau kesulitan individu untuk melakukan tindakan yang dianggap sebagai cerminan pengalaman masa lalu disamping halangan atau hambatan yang terantisipasi dengan batasan operasional

kemudahan atau kesulitan ibu untuk membeli susu formula dan faktor yang menghalangi atau menghambat ibu untuk membeli susu formula berdasarkan sumber daya yang dimilikinya. Niat beli secara konseptual merupakan tingkat keberanian seseorang mencoba serta upaya yang direncanakan seseorang untuk melakukan sesuatu dengan batasan operasional sebagai kehendak atau keinginan ibu untuk melakukan pembelian susu formula yang akan diberikan untuk bayinya. Terakhir, perilaku beli merupakan semua kegiatan, tindakan serta proses psikologis yang mendorong tindakan pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan mengevaluasinya dan diukur pembelian susu formula.

Skala yang digunakan yaitu skala Likert karena menurut Kinnear (1988) *cit.* Umar (2002) skala ini berhubungan dengan pernyataan tentang sikap. *Pilot test* kuesioner dilakukan pada 33 responden dengan pertimbangan uji coba minimal pada 30 orang akan mendekati kurva normal (Umar, 2002). Batasan operasional yang digunakan dalam penyusunan item pertanyaan kuesioner tercantum pada Tabel 1. Pengujian reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi item dalam kuesioner. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel memiliki koefisien reliabilitas lebih dari 0,6 yaitu sikap 0,7931; norma subjektif 0,8413; kontrol keperilakuan yang dirasakan 0,6305 dan niat 0,9216. Dengan demikian, kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat digunakan untuk proses pengumpulan data.

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik responden

Sebanyak 68% responden adalah ibu yang tidak bekerja, sedangkan 32% sisanya adalah ibu-ibu yang bekerja. Pendapatan keluarga responden penelitian terdiri dari 16% pendapatan rendah yaitu kurang dari Rp.500.000,- dan 28% pendapatan menengah yaitu antara Rp.500.000,- sampai dengan

Rp.1.100.000,- serta 6% pendapatan tinggi yaitu lebih dari Rp.1.100.000,- per bulan. Namun demikian, 50% diantaranya tidak bersedia memberikan informasi tentang pendapatan keluarga karena pendapatan merupakan hal yang pribadi dan sensitif untuk disampaikan. Pada penelitian selanjutnya, pendekatan yang dapat dipakai adalah dengan mengukur besaran nilai konsumsi rumah tangga yang dapat digunakan sebagai cerminan tingkat pendapatan rumah tangga tersebut.

Tingkat pendidikan responden sebagian besar berpendidikan menengah (SMA) yaitu 42% diikuti pendidikan tinggi yaitu 32% dan sisanya 26% menamatkan pendidikan dasar yang meliputi SD dan SLTP. Semakin besar proporsi penduduk yang dapat menamatkan tingkat pendidikan menengah dan tinggi, secara teoritis semakin baik kualitas sumber daya manusianya.

Umur responden beragam mulai dari usia 19 hingga 43 tahun. Namun demikian, jumlah terbanyak pada kisaran umur 25-29 sebesar 42% dan usia 30-34 sebesar 26%. Jumlah anak yang dimiliki setiap responden mayoritas berjumlah satu anak yaitu sebanyak 66%. Jumlah terbanyak kedua yaitu responden yang mempunyai dua anak sebanyak 22% dan sisanya 12% mempunyai anak dengan jumlah lebih dari dua. Mayoritas usia anak responden yang berusia satu sampai dengan enam bulan adalah 54% dan sisanya berusia lebih dari enam bulan.

Perilaku pembelian susu formula

Sebesar 70% responden telah memberikan susu formula untuk bayinya sedangkan 30% sisanya belum. Alasan pemberian susu formula adalah karena ASI tidak mencukupi, ibu bekerja di luar rumah dan melengkapi kebutuhan untuk perkembangan bayi. Menurut hasil penelitian Sulistyanyingsih (1997), alasan terbesar responden memberikan susu formula pada bayi yaitu untuk membantu tumbuh kembang bayi dan karena produksi ASI yang kurang.

Frekuensi pembelian terbesar adalah 1 kali setiap bulan sebesar 36% dan jumlah ukuran kemasan yang paling sering dibeli adalah kemasan 400 gram sebanyak 40%. Kemasan kardus merupakan pilihan utama 58% responden. Merek yang paling banyak dibeli adalah SGM sebanyak 20%. Serupa dengan penelitian Sulistyanyingsih (1997), pilihan pada merek SGM dilakukan karena mudah didapat dan banyak dikenal masyarakat juga karena harganya dianggap relatif lebih murah dibandingkan dengan merek lain. Hal ini sesuai dengan karakteristik responden yang merupakan masyarakat berpendapatan menengah ke bawah yang menjadikan harga sebagai pertimbangan utama untuk membeli susu formula.

Sumber informasi susu formula terbesar adalah petugas kesehatan yaitu sebesar 22%. Sumber informasi yang lain yaitu berasal dari teman, televisi, majalah, leaflet, orang tua dan suami. Informasi tentang susu formula biasanya didapatkan responden saat melahirkan di rumah sakit atau klinik bersalin.

Pengaruh sikap, norma subyektif dan kontrol berperilaku terhadap niat beli susu formula

Pengujian ini dilakukan dengan analisis regresi hierarkis, yaitu dengan memasukkan variabel sikap dan norma subyektif pada tahap pertama, kemudian menambahkan variabel kontrol berperilaku yang dirasakan pada tahap kedua. Tabel 1 menunjukkan hasil uji regresi berganda tahap pertama menunjukkan nilai *R square* sebesar 0,530 dan penambahan variabel kontrol berperilaku yang dirasakan menghasilkan nilai *R square* 0,545. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel kontrol berperilaku yang dirasakan dapat meningkatkan kemampuan model dalam melakukan prediksi dari 53% menjadi 54,5%.

Hasil analisis pada kedua pengujian menunjukkan bahwa variabel sikap tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat

konsumen untuk melakukan pembelian susu formula, sedangkan norma subyektif mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat. Variabel kontrol berperilaku yang dirasakan pada uji regresi tahap kedua juga tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap niat beli susu formula. Konsisten dengan hal ini, Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai *R square* yang paling besar adalah pada pengujian pengaruh norma subyektif terhadap niat yaitu 51,5%

Berdasarkan hasil uji regresi yang didapatkan maka akan dipilih model persamaan terbaik (Tabel 1) yaitu model dengan *R square* terbesar yaitu 0,545. Penghilangan salah satu variabel menjadikan pengurangan kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Ini berarti variabel sikap, norma subyektif dan kontrol berperilaku yang dirasakan merupakan variabel independen yang menjadi prediktor langsung pada variabel niat (Dharmmesta, 1998). Persamaan yang diperoleh dari uji ini adalah $N = 3,372 + 1,141E-0,2S + 0,250NS + 0,145KP$. Hasil ini juga menunjukkan bahwa variabel norma subyektif memberikan kontribusi paling besar dibandingkan dengan variabel lain.

Tabel 1 dan Tabel 2 menunjukkan inkonsistensi hasil. Analisis regresi berganda menunjukkan hanya variabel norma subyektif yang berpengaruh signifikan terhadap niat membeli susu formula sedangkan hasil analisis regresi tunggal menunjukkan bahwa semua variabel berpengaruh secara signifikan. Hal ini terjadi karena adanya multikolinieritas yaitu adanya korelasi antar variabel independen, yaitu sikap dan norma subyektif sebesar 0,836. Korelasi yang kuat menyebabkan terjadinya *share influence* antar variabel independen, dalam hal ini variabel norma subyektif mendominasi variabel sikap. Kondisi ini akan memberikan pengaruh terhadap model regresi. Berikut ini adalah hasil uji regresi antara variabel independen yang mempunyai multikolinieritas terhadap niat.

Tabel 1. Analisis hirarki pengaruh sikap, norma subyektif dan kontrol keperilakuan yang dirasakan terhadap niat membeli susu formula (*Hierarchical analysis of attitude, Subjective norm and perceived behavioral control effect on buying intention of infant formula milk*)

| Model | Signifikansi (<i>Significancy</i>) | | | R square | Koefisien regresi (<i>Regression coefficient</i>) | | |
|-----------------------------|--------------------------------------|-------|-------|----------|---|-------|-------|
| | S | NS | KP | | S | NS | KP |
| S, NS - N ¹⁾ | 0,277 | 0,005 | - | 0,530 | 8,67 4E-03 | 0,233 | - |
| S, NS, KP - N ²⁾ | 0,130 | 0,003 | 0,227 | 0,545 | 1,14 1E-02 | 0,250 | 1,145 |

- 1) : Pengaruh sikap dan norma subyektif terhadap niat (*Effect of attitude and subjective norm on buying intention*)
 2) : Pengaruh sikap, norma subyektif dan kontrol keperilakuan yang dirasakan terhadap niat (*Effect of attitude, Subjective norm, Perceived behavioral control on buying intention*)
 Sumber : Data primer terolah (2006). (*Source : primary data calculation, 2006*)

Tabel 2. Analisis pengaruh variabel sikap, norma subyektif dan kontrol keperilakuan terhadap niat (*Analysis of effect attitude, subjective norm and perceived behavioral control to buying intention*)

| Model | Signifikansi (<i>Significancy</i>) | R square | ANOVA | Koefisien regresi (<i>Regression coefficient</i>) |
|----------------------|--------------------------------------|----------|-------|---|
| S - N ¹⁾ | 0,000 | 0,445 | 0,000 | 2,597E-02 |
| NS - N ²⁾ | 0,000 | 0,515 | 0,000 | 0,315 |
| KP - N ³⁾ | 0,007 | 0,141 | 0,007 | 0,339 |

- ¹⁾ : Pengaruh sikap terhadap niat (*effect of attitude on buying intention*)
²⁾ : Pengaruh norma subyektif terhadap niat (*effect subjective norm on buying intention*)
³⁾ : Pengaruh kontrol keperilakuan yang dirasakan terhadap niat (*effect perceived behavioral control on buying intention*)

Sumber : Data primer terolah (2006). (*Source : primary data calculation, 2006*)

Sikap mempunyai pengaruh yang tidak signifikan karena walaupun sikap responden negatif seseorang terhadap susu formula tetapi niat membeli tetap terjadi jika bayi membutuhkan. Sebagai contoh, bayi lahir dengan berat badan di bawah normal membutuhkan nutrisi khusus atau ibu dalam kondisi sakit dan ASI tidak mencukupi. Sebaliknya walaupun sikap ibu terhadap susu formula positif, niat membeli belum tentu terjadi jika bayi tidak membutuhkan. Selain itu karakteristik responden diduga sangat

berpengaruh terhadap sikap yang dibentuk. Sebesar 68% responden adalah ibu rumah tangga yang tidak bekerja sehingga memungkinkan ibu memberikan ASI secara eksklusif.

Norma subyektif yang dipengaruhi pendapat suami ataupun orang tua sangat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan terhadap pembelian susu formula. Norma subyektif memegang peranan yang sangat dominan berkaitan dengan latar belakang responden sebagai masyarakat Jawa yang

Tabel 3. Pengaruh niat dan kontrol berperilaku yang dirasakan terhadap perilaku membeli susu formula (*Effect of buying intention and perceived behavioral control on buying behavior of infant formula milk*)

| Model | Signifikansi (Significancy) | | R square | Koefisien regresi (Regression coefficient) | |
|-------------------------|--------------------------------|-------|----------|---|------------|
| | N | KP | | N | KP |
| N - B ¹⁾ | 0,000 | - | 0,228 | 0,338 | - |
| KP - B ²⁾ | - | 0,064 | 0,070 | - | 0,249 |
| N, KP - B ³⁾ | 0,003 | 0,538 | 0,238 | 0,314 | 8,157E-0,2 |

¹⁾ : Pengaruh niat terhadap perilaku membeli susu formula (*Effect of buying intention on buying behavior*)

²⁾ : Pengaruh kontrol berperilaku yang dirasakan terhadap perilaku membeli susu formula (*Effect of perceived behavioral control on buying behavior*)

³⁾ : Pengaruh niat dan kontrol berperilaku yang dirasakan terhadap perilaku membeli susu formula (*Effect of buying behavior and perceived behavioral control on buying behavior*)

Sumber : Data primer terolah (2006). (Source: primary data calculation, 2006)

memiliki sistem kekeluargaan masih sangat kental. Selain itu mayoritas responden adalah ibu rumah tangga yang tidak bekerja, sehingga pengambilan keputusan untuk melakukan pengeluaran dan belanja rumah tangga biasanya harus melibatkan persetujuan suami.

Begitu pula dengan kontrol berperilaku yang dirasakan, dalam penelitian ini peneliti hanya mengambil kontrol perilaku dari sisi finansial. Kontrol perilaku dari sisi finansial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat melakukan pembelian susu formula. Meskipun 44% responden memiliki pendapatan keluarga kurang dari Rp.1.100.000,- dan mempersepsikan susu formula sebagai produk mahal, namun jika dibutuhkan maka anggaran pengeluaran untuk pembelian susu formula menjadi prioritas utama dan sebaliknya.

Pengaruh variabel dalam teori *planned behavior* terhadap perilaku pembelian susu formula

Pengaruh variabel niat dan kontrol berperilaku terhadap perilaku pembelian susu formula ditunjukkan pada Tabel 3.

Analisis regresi hierarkis menunjukkan pada analisis regresi berganda variabel kontrol berperilaku tidak signifikan dalam memprediksi perilaku beli dengan nilai sebesar 0,538 (Tabel 3), sedangkan variabel niat dengan nilai signifikansi 0,003 mampu memprediksi perilaku beli pada $p < 0,05$. Hal ini konsisten dengan penjelasan Dharmmesta (1998) yaitu pada akhirnya, *theory of planned behavior* menjelaskan perilaku dengan mengidentifikasi variabel-variabel yang mendukung tindakan, tetapi variabel yang dianggap mempunyai pengaruh langsung adalah niat.

Berdasarkan hasil tersebut, model persamaan regresi yang dipilih adalah yang mempunyai nilai *R square* tertinggi, yaitu saat dua variabel diregresikan bersama. Nilai *R square* sebesar 0,238 berarti perilaku pembelian terhadap susu formula dapat dijelaskan sebesar 23,8% oleh variabel niat dan kontrol berperilaku yang dirasakan, dan 76,2% dipengaruhi oleh variabel lain. Signifikansi model tersebut adalah 0,002 ($p < 0,05$) sehingga model ini bisa digunakan untuk memprediksi perilaku beli susu formula.

Adapun model persamaan regresi untuk perilaku beli susu formula adalah $B = 0,519 + 0,314S + 8,157E - 0,2KP$.

Hasil analisis regresi di atas, mendukung hipotesis kedua bahwa perilaku pembelian susu formula dipengaruhi secara signifikan oleh niat untuk melakukan pembelian susu formula. Semakin kuat niat konsumen untuk melakukan pembelian, semakin besar pula prediksi perilaku atau tujuan keperilakuan tersebut terjadi. Sedangkan hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa perilaku pembelian susu formula dipengaruhi secara signifikan oleh kontrol keperilakuan yang dirasakan ditolak. Kontrol keperilakuan yang dirasakan, dalam penelitian ini hanya peneliti ambil dari sisi finansial. Kontrol keperilakuan dari sisi finansial berpengaruh secara tidak signifikan terhadap perilaku pembelian susu formula. Seperti halnya dengan niat, perilaku beli susu formula hanya dilakukan jika responden membutuhkan, terlepas dari faktor yang mengontrol perilaku tersebut yaitu dalam studi ini aspek finansial.

Kesimpulan

Variabel sikap dan kontrol keperilakuan yang dirasakan memberikan pengaruh yang tidak signifikan terhadap niat melakukan pembelian susu formula sedangkan variabel norma subyektif memberikan pengaruh signifikan terhadap niat melakukan pembelian susu formula. Ibu adalah pengambil keputusan dalam keluarga terhadap pembelian susu formula bayi yang tetap dipengaruhi oleh norma subyektif (suami, orang tua dan sahabat). Kemampuan variabel sikap, norma subyektif dan kontrol keperilakuan yang dirasakan dalam menjelaskan terjadinya niat beli susu formula adalah 54,5%.

Perilaku pembelian susu formula dipengaruhi secara signifikan oleh niat untuk melakukan pembelian susu formula tetapi dipengaruhi secara tidak signifikan oleh kontrol keperilakuan yang dirasakan. Variabel

niat dan kontrol keperilakuan yang dirasakan mampu menjelaskan terjadinya perilaku beli sebesar 23,8% dan 76,2% dijelaskan oleh variabel lain. Niat adalah variabel yang mempunyai pengaruh langsung terhadap perilaku pembelian susu formula.

Saran

Inkonsistensi hasil penelitian dengan pengujian empirik sebelumnya dimungkinkan karena adanya multikolinearitas antara sikap dan norma subjektif, sehingga perlu dicermati untuk menghilangkan masalah tersebut dalam penelitian selanjutnya. Selain itu, penggunaan kelompok responden dengan tingkat sosial ekonomi rendah dan tidak bekerja dimungkinkan berpengaruh pada hasil penelitian ini. Sehingga, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut pada kategori produk yang sama dengan kelompok responden dengan tingkat sosial ekonomi menengah atas dan kelompok ibu yang bekerja.

Daftar Pustaka

- Azwar, S. 2002. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Edisi V. Pustaka Pelajar Yogyakarta.
- Dharmmesta, B. S., 1998. Theory of Planned Behaviour dalam Penelitian Sikap, Niat, dan Perilaku Konsumen. *Jurnal Kelola*. No. 18/VII (ISSN : 0853-7046)
- _____, 2003. Sikap dan Perilaku Konsumen dalam Pemasaran : Sebuah Tinjauan Sosial Kognitif. *Kajian Bisnis STIE Widya Wiwaha Yogyakarta*. No. 29 Mei-Agustus. Yogyakarta.
- Fitrisia, D.W. 2002. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ibu dalam Pemberian Susu Formula pada Bayi umur 0-12 bulan. Skripsi. Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Kit, M.C. 1998. Predicting Unethical Behavior : A Comparison of the Theory of Reason Action and The Theory of Planned Behavior. *Journal of Business Ethics* 17 : 1825-1834, 1998. Kluwer

- Academic Publishers. Printed in the Netherlands.
- Sulistyaningsih, 1997. Sikap, Preferensi dan Loyalitas Konsumen terhadap Susu Formula (Studi Kasus di Kelurahan Tegal Gundil, Kecamatan Bogor Utara, Kotamadya Bogor, Prodinsi Jawa Barat), Skripsi. Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Umar, H. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Widiastuti, R. 1995. Penelitian YLKI : Buruknya Susu Formula. *Warta Konsumen* Maret PP8-11.
- Wirawan, A. 2004. Analisis dan Minat Konsumen dalam Pembelian Obat di Apotek Sinar Sehat Semarang. Tesis, Pasca Sarjana. UGM. Yogyakarta.