



A B S T R A K S I

Telah dilakukan penelitian mengenai sikap konsumen SGM-2 dalam pengambilan keputusan terhadap pemilihan ukuran kemasan. Adapun pertimbangan-pertimbangan yang digunakan sebagai obyek penelitian meliputi kesukaan dan kebutuhan bayi, harga, kepraktisan dalam penggunaan dan penyimpanan, nilai gizi, jaminan keamanan/kadaluarsa, kenampakan produk/kemasan, kebiasaan pemakaian dan prestise/gengsi. Konsumen yang menjadi responden digolongkan menjadi 3 kelompok menurut tingkat pendapatan perkapita perbulan dengan pendekatan pengeluaran terhadap konsumsi makanan, meliputi : kelas sosial bawah, menengah dan atas.

Dari hasil penelitian terungkap bahwa konsumen dari ketiga kelas sosial ternyata mempunyai penerimaan yang berbeda terhadap pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan dalam pemilihan ukuran kemasan. Dari skala sikap yang berkisar antara 1 sampai 5, konsumen kelas sosial bawah memberikan indeks sikap sebesar 3,558, kelas sosial menengah dan atas memberikan indeks sikap masing-masing 4,044 dan 4,214, masuk dalam daerah penerimaan *baik*. Dan dari ketiga kelas sosial tersebut mempunyai prioritas pertimbangan yang sama yaitu kesukaan dan kebutuhan bayi.

Dari hasil uji kai kuadrat didapatkan hasil bahwa tingkat pengeluaran dan tingkat pendidikan konsumen mempengaruhi konsumen dalam pemilihan ukuran kemasan susu SGM-2.