

ABSTRAKSI

SUSANTO, Analisis Sikap dan Perilaku Konsumen Terhadap susu *Bear Brand*. Dibimbing oleh Hasyim Ahmad.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui sikap dan perilaku konsumen terhadap susu *Bear Brand* dengan melakukan studi kasus pada wilayah Jakarta Barat.

Untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Quota Sampling* dengan jumlah 100 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* dengan kriteria orang yang berusia diatas 17 tahun, telah mengkonsumsi susu *Bear Brand* kurang lebih selama 1 bulan dan mengetahui manfaat yang terdapat di susu *Bear Brand*.

Untuk mengetahui nilai sikap dan perilaku, dan pengolahan data maka menggunakan model sikap Fishbein. Model tersebut berguna mengetahui baik atau tidak nilai sikap dan perilaku tersebut. Sehingga diperoleh hasil untuk produk susu *Bear Brand* adalah fungsi dan daya tahan simpan merupakan atribut yang paling disukai dari produk susu *Bear Brand* diikuti oleh rasa, harga dan kemasan.

Hasil sikap yang didapat melalui pengolahan data dengan, menggunakan rumus Fishbein tersebut adalah + 1,2023 ini berarti bahwa konsumen cukup menyukai susu *Bear Brand*. Sedangkan untuk nilai perilaku adalah + 0,84 yang berarti bahwa konsumen atau responden akan membeli dan menggunakan terus atau merekomendasikan untuk membeli susu *Bear Brand*.