

3. HASIL PENELITIAN

3.1. Penelitian Pendahuluan

Dari hasil penelitian pendahuluan, didapatkan sampel sebanyak 60 responden. Selanjutnya digunakan untuk menghitung jumlah sampel pada penelitian utama, dengan perhitungan rumus yang terdapat pada metodologi bagian populasi dan sampel. Setelah dihitung, didapatkan hasil sampel minimal sebanyak 279 responden untuk penelitian utama. Hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner pada penelitian pendahuluan dapat dilihat pada tabel 4 dan tabel 5.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Penelitian Pendahuluan

No	Variabel	<i>Pearson Correlate</i>
1	Faktor – faktor kondisi sosial ekonomi	0.368**
3.	Pengetahuan responden	0.122
4.	Frekuensi konsumsi susu cair dan bubuk selama 1 minggu	0.688**
5.	Ukuran kemasan susu cair	0.637**
6.	Ukuran kemasan susu bubuk	0.378**
7.	Harga produk susu cair dan bubuk	0.733**
8.	Lokasi/tempat beli produk susu cair dan bubuk	0.636**

Sumber : Hasil olah data primer 2022

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Penelitian Pendahuluan

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Status Reliabilitas
Faktor – faktor sosial ekonomi	.838	Tinggi
Perilaku konsumsi		
Pengetahuan		

Berdasarkan tabel 4 dan tabel 5, telah dilakukan uji validitas dan reliabilitas pada variabel faktor – faktor sosial ekonomi, perilaku konsumsi, dan pengetahuan. Pada uji validitas seluruh nilai *pearson correlate* >0,254 dari R tabel, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel pada kuesioner yang diberikan kepada responden dinyatakan valid, kecuali variabel pengetahuan. Nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh sebesar 0.838 yang berarti reliabilitas seluruh variabel dalam kuesioner yang digunakan tergolong tinggi karena nilai *alpha* berada di antara 0.70 – 0.90.

Pada kuesioner uji pendahuluan dilakukan beberapa penggantian pilihan jawaban pada pertanyaan kuesioner antara lain :

1. Pada bagian pertanyaan “ukuran kemasan susu bubuk” terdapat penggantian pilihan jawaban yang semula “kemasan 27 gram ; kemasan 30 gram; kemasan 35 gram; kemasan *box* sedang (200 g, 400 g, 500 g), kemasan *box* besar (750 g, 800 g, 1000 g)” menjadi “kemasan *sachet* (27 – 40 gram), *box* kecil (200 – 400 gram), dan *box* sedang (450 – 600 gram), *box* besar (650 – 800 gram)”
2. Pada pilihan jawaban pertanyaan frekuensi konsumsi susu dan frekuensi pembelian susu cair/bubuk terdapat penggantian pilihan jawaban yang semula “tidak tentu; 1 – 2x; 2 – 3x; 3 – 4x; >4x dalam 1 minggu” menjadi “tidak tentu; 2x; 3x; 4x; >4x dalam 1 minggu”

Selain itu pada bagian pertanyaan “pengetahuan responden mengenai produk susu sapi” ditambahkan 1 pertanyaan yaitu “Kriteria susu tidak layak konsumsi.”

3.2. Penelitian Utama

Hasil dari penelitian utama digunakan untuk menguji kelayakan data responden meliputi jumlah/ukuran sampel, validitas, reliabilitas, dan distribusi sampel menurut usia responden; uji deskriptif berisi deskripsi responden; uji beda antara faktor – faktor kondisi sosial ekonomi dan pengetahuan responden tentang produk susu terhadap perilaku konsumsi susu cair dan bubuk; serta menganalisis faktor sosial ekonomi dan pengetahuan terhadap perilaku konsumsi susu pada 3 kelompok usia menggunakan uji hubungan.

3.3. Kelayakan Data Responden

3.3.1. Ukuran Sampel

Setelah dilakukan survei utama didapatkan 492 responden dan dilakukan reduksi data, sehingga didapatkan 340 responden yang sesuai dengan kriteria penelitian ini. Jumlah responden yang direduksi sebanyak 152 responden

Alasan dilakukannya reduksi data yaitu :

1. Terdapat 122 responden yang memiliki rata – rata frekuensi konsumsi < 2x seminggu untuk produk susu segar/susu *full cream*/susu *low fat*/ susu bubuk/susu medis/susu khusus tulang/susu diet.
2. Terdapat 5 responden yang salah dalam memilih jawaban dari pertanyaan kunci variabel pengetahuan poin 4 mengenai hewan yang menghasilkan susu dan dapat dikonsumsi manusia.

3. Terdapat 21 responden usia 18 – 24 belum memiliki penghasilan tetap (masih mendapatkan uang saku dari orang tua), belum/tidak bekerja (masih berstatus mahasiswa aktif/*fresh graduate*). Responden dengan usia 18 – 24 tahun memiliki jumlah yang lebih banyak dibandingkan dengan kelompok usia 25 – 40 tahun dan >40 tahun, sehingga data harus direduksi supaya seimbang dan dapat dibandingkan.
4. Terdapat 3 responden yang memiliki jawaban tidak lengkap pada kuesioner.

3.3.2. Uji Validitas

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Penelitian Utama

No	Variabel Penelitian	Pearson Correlate
1	Faktor – faktor kondisi sosial ekonomi	0.396**
3.	Pengetahuan responden	0.139*
4.	Frekuensi konsumsi susu cair dan bubuk selama 1 minggu	0.686**
5.	Ukuran kemasan susu cair	0.704**
6.	Ukuran kemasan susu bubuk	0.653**
7.	Harga produk susu cair dan bubuk	0.800**
8.	Lokasi/tempat beli produk susu cair dan bubuk	0.596**

Berdasarkan hasil olah data pada Tabel 5., telah dilakukan uji validitas, terhadap masing - masing indikator pada variabel faktor – faktor kondisi sosial ekonomi, pengetahuan responden, dan perilaku konsumsi susu responden. Hasil uji validitas keseluruhan variabel menunjukkan nilai *pearson correlation* >0,113 dari R tabel, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel pada kuesioner yang diberikan kepada responden dinyatakan valid.

3.3.3. Uji Reliabilitas

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Data Utama

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Status Reliabilitas
Faktor – faktor sosial ekonomi Perilaku konsumsi Pengetahuan	.817	Tinggi

Berdasarkan tabel 7. telah dilakukan uji reliabilitas pada variabel faktor – faktor determinan, perilaku konsumsi, dan pengetahuan. Nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh sebesar 0.817 yang berarti reliabilitas seluruh variabel dalam kuesioner yang digunakan

tergolong tinggi karena nilai *alpha* berada di antara 0.70 – 0.90. Beberapa pertanyaan dengan pilihan jawaban yang sudah diganti, dan penambahan pertanyaan pengetahuan telah dijawab sesuai perintah oleh responden.

3.3.4. Distribusi Sampel

Tabel 8. Hasil Uji Perbedaan 3 Kelompok Usia

Usia	Jumlah Responden	<i>Chi - square</i>	Signifikansi
18 – 24 tahun	123 orang	1.347	0,510
25 – 40 tahun	110 orang		
>40 tahun	103 orang		

Dari hasil tabel 8., dapat dilihat distribusi sampel menurut kelompok usia, memfokuskan pengkajian 340 sampel yang dipilih dan dikelompokkan menjadi 3 kelompok usia yaitu 18 – 24 tahun, 25 – 40 tahun, dan >40 tahun, berturut – turut sebanyak 123 orang, 111 orang, dan 106 orang. Dari hasil uji *chi square*, didapatkan bahwa jumlah responden ketiga kelompok tersebut tidak berbeda nyata, sehingga ketiganya layak dibandingkan untuk mendeskripsi faktor sosial ekonomi dan pengetahuan responden mengenai produk susu dan olahannya yang menentukan perilaku konsumsi pada ketiga kelompok usia, mendeskripsi perbedaan perilaku konsumsi susu cair dan bubuk pada ketiga kelompok usia, dan menganalisis hubungan antara karakteristik sosial ekonomi dengan perilaku konsumsi susu cair dan bubuk pada ketiga kelompok usia.

3.4. Deskripsi Responden

Dalam penelitian ini responden dibedakan menjadi 3 tingkatan usia yaitu 18 – 24 tahun, 25 – 40 tahun, dan >40 tahun, dengan jumlah berturut – turut 123 orang, 111 orang, 106 orang sehingga total jumlah responden yang layak adalah 340 orang. Deskripsi karakteristik responden ini dibagi berdasarkan jenis kelamin, domisili, pendidikan terakhir, jenis pekerjaan, pendapatan, jumlah anggota keluarga dalam satu rumah, dan alasan konsumsi susu sapi cair/bubuk.

Tabel 9. Deskripsi Responden pada 3 Kelompok Usia

a. Jenis kelamin

Karakteristik Responden	Usia (tahun)	Jumlah responden (Presentase)
Jenis kelamin	18 – 24	42 orang (34.15%)
	Laki – laki 25 – 40	43 orang (38.74%)

	>40	68 orang (64.15%)
Perempuan	18 – 24	81 orang (65.85%)
	25 – 40	68 orang (61.26%)
	>40	38 orang (35.85%)

b. Domisili

Karakteristik Responden	Usia (tahun)	Jumlah responden (Presentase)	
Domisili	18 – 24	102 orang (82.93%)	
	Semarang	25 – 40	71 orang (63.96%)
		>40	77 orang (72.64%)
	Sekitar Semarang	18 – 24	21 orang (17.07%)
		25 – 40	40 orang (36.04%)
		>40	29 orang (27.36%)

c. Tingkat Pendidikan

Karakteristik Responden	Usia (tahun)	Jumlah responden (Presentase)	
Tingkat pendidikan	18 – 24	0	
	Dasar dan menengah	25 – 40	5 orang (4.50%)
		>40	5 orang (4.72%)
		18 – 24	76 orang (61.79%)
	Menengah atas	25 – 40	30 orang (27.03%)
		>40	21 orang (19.81%)
		18 – 24	7 orang (5.69%)
	Diploma	25 – 40	26 orang (23.42%)
		>40	19 orang (17.92%)
18 – 24		39 orang (31.71%)	
Sarjana	25 – 40	46 orang (41.44%)	
	>40	42 orang (39.62%)	
	18 – 24	1 orang (0,81%)	
Pascasarjana	25 – 40	4 orang (3.60%)	
	>40	19 orang (17.92%)	

d. Jenis Pekerjaan

Karakteristik Responden	Usia (tahun)	Jumlah responden (Presentase)	
Jenis pekerjaan	18 – 24	27 orang (21.95%)	
	Wiraswasta	25 – 40	57 orang (51.35%)
		>40	35 orang (33.02%)
		18 – 24	4 orang (3.25%)
	Aparatur/Pejabat Negara	25 – 40	7 orang (6.31%)
		>40	19 orang (17.92%)

Tenaga medis	18 – 24	2 orang (1.63%)
	25 – 40	14 orang (12.61%)
	>40	15 orang (14.15%)
Tenaga pendidik	18 – 24	1 orang (0.81%)
	25 – 40	2 orang (1.80%)
	>40	5 orang (4.72%)
Tidak/belum bekerja	18 – 24	83 orang (67.48%)
	25 – 40	4 orang (3.60%)
	>40	2 orang (1.89%)
Lainnya	18 – 24	6 orang (4.88%)
	25 – 40	27 orang (24.32%)
	>40	30 orang (28.30%)

e. Pendapatan

Karakteristik Responden	Usia (tahun)	Jumlah responden (Presentase)
<Rp 1.400.000	18 – 24	87 orang (70.73%)
	25 – 40	11 orang (9.91%)
	>40	15 orang (14.15%)
Rp 1.400.100 – Rp 2.800.000	18 – 24	11 orang (8.94%)
	25 – 40	38 orang (34.23%)
	>40	18 orang (16.98%)
Rp 2.800.100 – Rp 5.600.000	18 – 24	19 orang (15.45%)
	25 – 40	42 orang (37.84%)
	>40	43 orang (40.57%)
Rp 5.600.100 – Rp 8.400.000	18 – 24	2 orang (1.63%)
	25 – 40	13 orang (11.71%)
	>40	15 orang (14.15%)
>Rp 8.400.000	18 – 24	4 orang (3.25%)
	25 – 40	7 orang (6.31%)
	>40	15 orang (14.15%)

f. Jumlah anggota keluarga

Karakteristik Responden	Usia (tahun)	Presentase (%)
2 orang	18 – 24	26 orang (21.14%)
	25 – 40	14 orang (12.61%)
	>40	11 orang (10.38%)
3 orang	18 – 24	29 orang (23.58%)
	25 – 40	32 orang (28.83%)
	>40	20 orang (18.87%)
4 orang	18 – 24	31 orang (25.20%)

	25 – 40	26 orang (23.42%)
	>40	31 orang (29.25%)
5 orang	18 – 24	27 orang (21.95%)
	25 – 40	35 orang (31.53%)
	>40	37 orang (34.91%)
>5 orang	18 – 24	10 orang (8.13%)
	25 – 40	4 orang (3.60%)
	>40	7 orang (6.60%)

g. Alasan Konsumsi Susu

Karakteristik Responden	Usia (tahun)	Presentase (%)
Alasan kesehatan (diabetes, pneumonia)	18 – 24	0
	25 – 40	0
	>40	6 orang (5.66%)
Meningkatkan sistem imun	18 – 24	18 orang (14.63%)
	25 – 40	15 orang (13.51%)
	>40	14 orang (13.21%)
Alasan konsumsi susu	18 – 24	42 orang (34.15%)
	25 – 40	45 orang (40.54%)
	>40	43 orang (40.57%)
Menjaga kesehatan tulang dan gigi	18 – 24	63 orang (51.22%)
	25 – 40	51 orang (45.95%)
	>40	43 orang (40.57%)
Memenuhi kebutuhan kalsium harian dan menurunkan resiko penyakit jantung	18 – 24	63 orang (51.22%)
	25 – 40	51 orang (45.95%)
	>40	43 orang (40.57%)

Berdasarkan tabel 9., dapat dilihat bahwa total responden pada ketiga kelompok usia yaitu 18 – 24 tahun, 25 – 40 tahun, dan >40 tahun, yang telah mengisi kuesioner dan memenuhi kriteria responden sebanyak 340 dengan proporsi 100%. Pada jenis kelamin “perempuan” lebih dominan dibandingkan laki – laki, dilihat dari persentasenya jenis kelamin “perempuan” dan berusia 18 – 24 tahun memiliki persentase paling tinggi 65.85%. Responden yang berdomisili di Semarang didominasi oleh responden usia 18 – 24 tahun yaitu sebesar 82.93%. Pada pendidikan terakhir, persentase responden yang tertinggi adalah responden usia 18 – 24 tahun dengan tingkat pendidikan “sekolah menengah atas” yaitu sebesar 61.79% dan responden usia 25 – 40 tahun dengan pendidikan terakhir “sarjana” sebesar 41.44%. Pada jenis pekerjaan, persentase yang paling tinggi adalah responden usia 25 – 40 tahun dan bekerja sebagai wiraswasta yaitu sebesar 51.35%. Persentase tingkat pendapatan responden yang paling mendominasi adalah usia 18 – 24 tahun dengan kisaran pendapatan <Rp 1.400.000, yaitu sebesar 70.73%, dan persentase

jumlah anggota keluarga responden yang tinggal serumah paling tinggi adalah responden usia >40 tahun berjumlah 5 orang sebesar 34.91%. Alasan konsumsi yang memiliki persentase paling tinggi adalah “Memenuhi kebutuhan kalsium harian dan menurunkan resiko penyakit jantung” yaitu sebesar 51.22% dan responden yang paling mendominasi adalah usia 18 – 24 tahun.



3.5. Kondisi Sosial Responden terhadap Perilaku Konsumsi Produk Susu Cair dan Bubuk Responden

3.5.1. Faktor – Faktor Sosial Ekonomi terhadap Frekuensi Konsumsi Produk Susu Cair dan Bubuk dalam 1 minggu

Tabel 10. Faktor Tingkat Pendidikan terhadap Frekuensi Konsumsi Susu Cair dan Bubuk dalam 1 Minggu

Usia (tahun)	Pendidikan	Frekuensi Konsumsi						
		Susu segar $\bar{X} \pm stdev$	Susu <i>fullcream</i> $\bar{X} \pm stdev$	Susu <i>low fat</i> $\bar{X} \pm stdev$	Susu bubuk $\bar{X} \pm stdev$	Susu Medis $\bar{X} \pm stdev$	Susu Tulang $\bar{X} \pm stdev$	Susu Diet $\bar{X} \pm stdev$
18 - 24	SMA	1,74±0,74 ^a	2,57±0,87 ^b	1,71±0,67 ^a	1,91±0,88 ^b	1,08±0,32 ^a	1,24±0,51 ^a	1,17±0,44 ^a
	D3	2,14±0,69 ^a	2,71±1,11 ^b	2,14±0,69 ^a	1,71±0,76 ^b	1,14±0,38 ^a	1,43±0,79 ^a	1,29±0,49 ^a
	D4/S1	1,83±0,78 ^a	2,18±0,68 ^b	2,10±0,84 ^a	2,05±1,06 ^b	1,08±0,35 ^a	1,28±0,55 ^a	1,20±0,61 ^a
25 - 40	SMP	2,20±0,84 ^a	2,40±1,52 ^{ab}	1,00±0,00 ^a	1,20±0,45 ^a	1,00±0,00 ^a	1,80±1,10 ^a	1,00±0,00 ^a
	SMA	1,83±0,79 ^a	2,43±0,97 ^{ab}	1,47±0,63 ^a	1,97±1,13 ^a	1,13±0,43 ^a	1,27±0,78 ^a	1,03±0,18 ^a
	D3	1,65±0,85 ^a	2,04±0,60 ^{ab}	1,58±0,64 ^a	1,85±0,92 ^a	1,04±0,20 ^a	1,38±0,57 ^a	1,19±0,40 ^a
	D4/S1	1,89±0,92 ^a	2,48±0,96 ^{ab}	1,96±0,73 ^a	1,65±1,12 ^a	1,22±0,76 ^a	1,28±0,62 ^a	1,13±0,40 ^a
	S2/S3	1,75±0,51 ^a	2,00±0,00 ^{ab}	1,75±0,50 ^a	1,50±0,58 ^a	1,00±0,00 ^a	1,25±0,50 ^a	1,25±0,50 ^a
>40	SMP	1,80±0,84 ^a	1,80±0,84 ^a	1,60±0,89 ^a	1,00±0,00 ^{ab}	1,40±0,89 ^a	1,80±0,84 ^b	1,00±0,00 ^a
	SMA	1,86±0,65 ^a	1,57±0,68 ^a	1,48±0,68 ^a	1,48±0,68 ^{ab}	1,52±1,17 ^a	1,67±0,80 ^b	1,00±0,00 ^a
	D3	1,74±0,73 ^a	2,26±0,45 ^a	1,63±0,68 ^a	1,63±1,01 ^{ab}	1,00±0,00 ^a	1,42±0,61 ^b	1,21±0,54 ^a
	D4/S1	2,10±1,12 ^a	2,29±0,97 ^a	1,93±0,92 ^a	1,98±1,00 ^{ab}	1,19±0,51 ^a	1,50±0,77 ^b	1,21±0,52 ^a
	S2/S3	1,95±1,03 ^a	2,11±0,74 ^a	2,05±0,62 ^a	2,26±1,15 ^{ab}	1,37±1,01 ^a	1,89±1,20 ^b	1,11±0,46 ^a

Keterangan :

*Rata - rata: 1 – 1.50 (tidak tentu); 1.51 – 2.50 (2x seminggu); 2.51 – 3.50 (3x seminggu); 3.51 – 4.50 (4x seminggu); >4.50 (5x seminggu)

*Angka yang diikuti dengan huruf superskrip yang sama menunjukkan tidak ada perbedaan yang nyata di setiap kolom

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 9., data ditunjukkan sebagai rata – rata frekuensi konsumsi yang dianalisis menurut *mean rank* nya. Hasil *mean rank* ini dilampirkan pada lampiran 1., pada tabel diatas terdapat perbedaan antara ketiga kelompok usia dan tingkat pendidikan dengan frekuensi konsumsi susu *full cream*, susu bubuk, dan susu khusus tulang selama 1 minggu. Dari hasil *mean rank* dan rata – rata konsumsi tertinggi susu *full cream* dan susu bubuk ditunjukkan oleh responden berusia 18 – 24 tahun sebanyak 2 – 3x seminggu. Sedangkan usia >40 tahun, memiliki frekuensi konsumsi susu khusus tulang yang lebih tinggi dibandingkan 2 kelompok usia yang lain yaitu sebanyak 2x seminggu. Selanjutnya hasil *mean rank* dari produk susu segar, susu *low fat*, susu medis, dan susu diet pada ketiga kelompok responden tidak berbeda nyata. Rata – rata frekuensi konsumsi susu segar dan susu *low fat* pada ketiga kelompok usia dan keseluruhan tingkat pendidikan adalah sebanyak 2x seminggu. Sedangkan untuk frekuensi susu diet dan susu medis pada ketiga kelompok usia adalah “tidak tentu” namun terdapat beberapa responden usia >40 tahun mengkonsumsi susu medis 2x seminggu.

Tabel 11. Faktor Pendapatan/bulan Responden terhadap Frekuensi Konsumsi Susu Cair dan Bubuk dalam 1 minggu

a. Susu segar, susu *full cream*, dan susu *low fat*

Usia (tahun)	Pendapatan	Frekuensi Konsumsi		
		Susu segar $\bar{X} \pm \text{stdev}$	Susu <i>full cream</i> $\bar{X} \pm \text{stdev}$	Susu <i>low fat</i> $\bar{X} \pm \text{stdev}$
18 - 24	<Rp 1.400.000	1.74±0.67 ^a	2.46±0.80 ^b	1.87±0.74 ^a
	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	2.36±1.21 ^a	2.00±0.77 ^b	1.82±0.60 ^a
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	1.74±0.65 ^a	2.58±1.02 ^b	1.79±0.98 ^a
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	2.00±1.41 ^a	2.00±0.00 ^b	2.00±0.00 ^a
	>Rp 8.400.000	1.50±0.58 ^a	3.00±0.82 ^b	2.00±0.00 ^a
25 - 40	<Rp 1.400.000	2.00±0.63 ^a	1.91±0.70 ^{ab}	1.64±0,67 ^a
	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	1.74±0.64 ^a	2.50±1.08 ^{ab}	1.68±0,70 ^a
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	1.64±0.58 ^a	2.40±0.70 ^{ab}	1.83±0,73 ^a
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	2.62±1.39 ^a	2.23±1.01 ^{ab}	1,46±0,66 ^a
	>Rp 8.400.000	1.71±1.50 ^a	2.00±1.00 ^{ab}	1.29±0,49 ^a
>40	<Rp 1.400.000	1.67±0.72 ^a	2.00±0.85 ^a	1.60±0,74 ^a
	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	1.83±0.62 ^a	1.78±0.65 ^a	1.39±0,61 ^a
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	1.98±1.01 ^a	2.05±079 ^a	1.74±0,73 ^a
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	2.27±1.10 ^a	2.40±1,06 ^a	2.33±1.05 ^a
	>Rp 8.400.000	1.93±1.10 ^a	2.33±0.82 ^a	2.07±0.70 ^a

b. Susu bubuk, susu medis, susu khusus tulang, dan susu diet

Usia (tahun)	Pendapatan	Frekuensi Konsumsi			
		Susu bubuk $\bar{X} \pm \text{stdev}$	Susu Medis $\bar{X} \pm \text{stdev}$	Susu Tulang $\bar{X} \pm \text{stdev}$	Susu Diet $\bar{X} \pm \text{stdev}$
18 - 24	<Rp 1.400.000	2.05±0.95 ^b	1.08±0.35 ^a	1,24±0.55 ^a	1.14±0.41 ^a
	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	1.36±0.67 ^b	1.09±0.30 ^a	1.18±0.40 ^a	1.45±0.69 ^a
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	1.89±0.94 ^b	1.05±0.23 ^a	1.37±0.60 ^a	1.26±0.73 ^a
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	1.50±0.71 ^b	1.00±0.00 ^a	1.00±0.00 ^a	1.00±0.00 ^a
	>Rp 8.400.000	1.75±0.96 ^b	1.25±0.50 ^a	1.50±0.58 ^a	1.25±0.50 ^a
25 - 40	<Rp 1.400.000	1.45±0.69 ^a	1.18±0.60 ^a	1.55±0.82 ^a	1.18±0.40 ^a
	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	1.79±1.04 ^a	1.08±0.27 ^a	1.21±0.47 ^a	1.05±0.23 ^a
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	1.64±0,88 ^a	1.19±0.74 ^a	1.31±0.64 ^a	1.14±0.42 ^a
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	1.92±1.26 ^a	1.00±0.00 ^a	1.38±0.87 ^a	1.15±0.38 ^a
	>Rp 8.400.000	2.43±1.81 ^a	1.29±0,76 ^a	1.57±1.13 ^a	1.14±0.38 ^a
>40	<Rp 1.400.000	1.60±0.83 ^{ab}	1.13±0.52 ^a	1.40±0.74 ^b	1.00±0.00 ^a
	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	1.67±0.91 ^{ab}	1.39±1.04 ^a	1.33±0.49 ^b	1.00±0.00 ^a
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	1.67±0.84 ^{ab}	1.23±0.68 ^a	1.51±0.80 ^b	1.09±0.37 ^a
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	2.07±1.10 ^{ab}	1.27±0.59 ^a	1.73±0.70 ^b	1.53±0.74 ^a
	>Rp 8.400.000	2.40±1.35 ^{ab}	1.33±1.05 ^a	2.27±1.22 ^b	1.20±0,56 ^a

Keterangan

*Rata - rata: 1 – 1.50 (tidak tentu); 1.51 – 2.50 (2x seminggu); 2.51 – 3.50 (3x seminggu); 3.51 – 4.50 (4x seminggu); >4.50 (5x seminggu)

*Angka yang diikuti dengan huruf superskrip yang sama menunjukkan tidak ada perbedaan yang nyata di setiap kolom

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 11., data ditunjukkan sebagai rata – rata frekuensi konsumsi yang dianalisis menurut *mean rank* nya. Hasil *mean rank* ini dilampirkan pada lampiran 2., pada tabel diatas terdapat perbedaan antara ketiga kelompok usia dan pendapatan responden dengan frekuensi konsumsi susu *full cream*, susu bubuk, dan susu khusus tulang selama 1 minggu. Dari hasil *mean rank* menunjukkan bahwa frekuensi konsumsi tertinggi susu *full cream* dan susu bubuk adalah responden usia 18 – 24 tahun yaitu sebanyak 2 – 3x seminggu, sedangkan frekuensi susu khusus tulang yang tertinggi terdapat pada kelompok responden berusia >40 tahun dengan pendapatan antara Rp 2.800.000 sampai >Rp 8.400.000, yaitu sebanyak 2x seminggu. Hasil *mean rank* produk susu segar dan susu *low fat* pada ketiga kelompok responden tidak berbeda nyata. Rata – rata frekuensi konsumsinya sebanyak 2x seminggu pada tiap tingkat pendapatan responden. Sedangkan frekuensi konsumsi susu medis dan susu diet tidak menunjukkan perbedaan, dalam 1 minggu ketiga kelompok responden memilih konsumsi “tidak tentu”, namun terdapat beberapa responden pada usia >40 tahun dengan pendapatan antara Rp 5.600.100 – Rp 8.400.000 mengkonsumsi susu medis 2x seminggu.

Tabel 12. Faktor Jumlah Anggota Keluarga terhadap Frekuensi Konsumsi Susu Cair dan Bubuk dalam 1 minggu

Usia (tahun)	Keluarga	Frekuensi Konsumsi						
		Susu segar $\bar{X} \pm \text{stdev}$	Susu <i>full cream</i> $\bar{X} \pm \text{stdev}$	Susu low fat $\bar{X} \pm \text{stdev}$	Susu bubuk $\bar{X} \pm \text{stdev}$	Susu Medis $\bar{X} \pm \text{stdev}$	Susu Tulang $\bar{X} \pm \text{stdev}$	Susu Diet $\bar{X} \pm \text{stdev}$
18 - 24	2 orang	1,69±0,88 ^a	2,50±0,99 ^b	1,65±0,69 ^a	1,96±0,96 ^b	1,00±0,00 ^a	1,15±0,37 ^a	1,00±0,00 ^a
	3 orang	1,86±0,69 ^a	2,55±0,83 ^b	1,86±0,69 ^a	1,86±0,83 ^b	1,07±0,26 ^a	1,31±0,60 ^a	1,17±0,47 ^a
	4 orang	1,74±0,86 ^a	2,23±0,84 ^b	1,87±0,67 ^a	1,87±0,76 ^b	1,06±0,25 ^a	1,29±0,64 ^a	1,26±0,51 ^a
	5 orang	1,93±0,62 ^a	2,67±0,73 ^b	2,22±0,89 ^a	1,85±0,86 ^b	1,15±0,46 ^a	1,33±0,55 ^a	1,37±0,74 ^a
	>5 orang	1,60±0,52 ^a	2,10±0,57 ^b	1,40±0,52 ^a	2,60±1,58 ^b	1,20±0,63 ^a	1,10±0,32 ^a	1,00±0,00 ^a
25 - 40	2 orang	1,64±0,63 ^a	2,64±0,84 ^{ab}	1,71±0,61 ^a	1,64±0,74 ^a	1,07±0,27 ^a	1,29±0,47 ^a	1,00±0,00 ^a
	3 orang	1,69±0,86 ^a	2,16±0,95 ^{ab}	1,47±0,62 ^a	1,97±1,18 ^a	1,09±0,39 ^a	1,34±0,70 ^a	1,19±0,40 ^a
	4 orang	2,00±0,94 ^a	2,54±1,03 ^{ab}	1,85±0,73 ^a	1,65±1,09 ^a	1,08±0,39 ^a	1,42±0,90 ^a	1,04±0,20 ^a
	5 orang	1,80±0,80 ^a	2,23±0,77 ^{ab}	1,69±0,72 ^a	1,77±1,03 ^a	1,26±0,82 ^a	1,29±0,57 ^a	1,14±0,43 ^a
	>5 orang	2,75±0,96 ^a	2,50±1,00 ^{ab}	2,25±0,96 ^a	1,00±0,00 ^a	1,00±0,00 ^a	1,00±0,00 ^a	1,25±0,50 ^a
>40	2 orang	1,91±1,22 ^a	1,64±0,67 ^a	1,73±0,79 ^a	1,18±0,40 ^{ab}	1,55±1,29 ^a	1,27±0,47 ^b	1,00±0,00 ^a
	3 orang	1,90±1,02 ^a	2,35±1,09 ^a	1,70±0,92 ^a	2,10±1,33 ^{ab}	1,35±0,99 ^a	1,55±1,05 ^b	1,00±0,00 ^a
	4 orang	1,71±0,59 ^a	2,06±0,73 ^a	1,71±0,69 ^a	1,77±0,96 ^{ab}	1,19±0,54 ^a	1,71±0,78 ^b	1,13±0,43 ^a
	5 orang	2,22±1,06 ^a	2,14±0,82 ^a	1,89±0,84 ^a	1,95±0,91 ^{ab}	1,19±0,62 ^a	1,70±0,88 ^b	1,30±0,62 ^a
	>5 orang	1,71±0,76 ^a	1,86±0,38 ^a	2,00±0,82 ^a	1,57±0,79 ^{ab}	1,29±0,76 ^a	1,29±0,76 ^b	1,00±0,00 ^a

Keterangan

*Rata - rata: 1 – 1.50 (tidak tentu); 1.51 – 2.50 (2x seminggu); 2.51 – 3.50 (3x seminggu); 3.51 – 4.50 (4x seminggu); >4.50 (5x seminggu)

*Angka yang diikuti dengan huruf superskrip yang sama menunjukkan tidak ada perbedaan yang nyata di setiap kolom

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 12., data ditunjukkan sebagai rata – rata frekuensi konsumsi yang dianalisis menurut *mean rank* nya. Hasil *mean rank* ini dilampirkan pada lampiran 3., pada tabel diatas terdapat perbedaan antara ketiga kelompok usia dan jumlah anggota keluarga responden dengan frekuensi konsumsi susu *full cream*, susu bubuk, dan susu khusus tulang selama 1 minggu. Dari hasil *mean rank* menunjukkan bahwa frekuensi konsumsi susu *full cream* dan susu bubuk tertinggi terdapat pada kelompok responden berusia 18 – 24 tahun dengan jumlah anggota keluarga 5 orang atau lebih yaitu mengkonsumsi sebanyak 2 – 3x seminggu, sedangkan frekuensi susu khusus tulang yang tertinggi terdapat pada kelompok responden berusia >40 tahun dengan jumlah anggota keluarga 3 – 5 orang yaitu sebanyak 2x seminggu. Pada frekuensi konsumsi susu segar dan susu *low fat* ketiga kelompok usia dengan jumlah anggota keluarga yang berbeda tidak menunjukkan perbedaan yang nyata, rata – rata konsumsi susu segar dan susu *low fat* dalam 1 minggu sebanyak 2x. Sama halnya dengan frekuensi konsumsi susu medis dan susu diet ketiga kelompok usia tidak menunjukkan perbedaan yang nyata. Dalam 1 minggu mereka “tidak tentu” dalam kkonsumsi susu diet dan susu medis, akan tetapi pada responden usia >40 tahun dengan jumlah anggota keluarga 2 orang, mengkonsumsi susu medis sebanyak 2x seminggu.

3.5.2. Faktor – Faktor Sosial Ekonomi terhadap Pemilihan Ukuran Kemasan Susu Sapi Cair dan Bubuk

Tabel 13. Faktor Tingkat Pendidikan terhadap Frekuensi Pembelian Susu Cair dalam 1 minggu berdasarkan Ukuran Kemasan

a. Kemasan 125 mL, 200 mL, dan 250 mL

Usia (tahun)	Pendidikan	Frekuensi Pembelian Susu Cair					
		125 mL		200mL		250mL	
		$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank
18 - 24	SMP	0		0		0	
	SMA	1,53±0,74		1,72±0,79		2,13±1,00	
	D3	2,00±0,00	162,08 ^a	1,43±0,53	164,33 ^a	2,00±0,82	180,31 ^a
	D4/S1	1,63±0,77		1,83±0,90		1,98±0,89	
	S2/S3	0		0		0	
25 - 40	SMP	1,20±0,45		1,20±0,45		1,80±0,84	
	SMA	1,67±0,71		2,27±1,20		1,90±1,12	
	D3	2,00±1,10	180,68 ^a	2,00±1,06	173,56 ^a	2,19±1,23	167,9 ^a
	D4/S1	1,83±1,02		1,65±0,74		2,07±1,04	
	S2/S3	2,00±0,82		1,50±0,58		1,25±0,50	
>40	SMP	1,40±0,89	169,61 ^a	1,60±0,55	174,46 ^a	1,20±0,45	161,84 ^a

SMA	1,76±0,70	1,90±1,18	1,90±1,14
D3	1,95±1,08	2,00±1,20	2,32±1,38
D4/S1	1,64±1,01	1,71±0,81	1,81±1,06
S2/S3	1,68±1,06	2,26±1,15	2,32±1,25

b. Kemasan 450 mL dan 1000 mL

Usia (tahun)	Pendidikan	Frekuensi Pembelian Susu Cair			
		450mL		1000mL	
		$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank
18 - 24	SMP	0		0	
	SMA	1.46±0,89		1,78±1,13	
	D3	1.71±1,11	159,13 ^a	1,86±1,07	153,13 ^a
	D4/S1	1.30±0,69		1.60±1,06	
	S2/S3	0		0	
25 - 40	SMP	1.60±1,34		2.50±1,14	
	SMA	1.50±0,82		1.77±0,97	
	D3	1.46±0,71	170,76 ^{ab}	1.69±0,93	175,09 ^{ab}
	D4/S1	1.50±0,86		2.04±1,15	
	S2/S3	1.25±0,50		1.50±0,58	
>40	SMP	1.00±0,00		1.20±0,45	
	SMA	1.57±0,81		2.00±0,84	
	D3	1.74±1,05	183,42 ^b	1.89±1,05	185,85 ^b
	D4/S1	1.64±1,08		2.00±1,01	
	S2/S3	1.84±1,07		2.21±1,27	

Keterangan

*Rata - rata: 1 – 1.50 (tidak tentu); 1.51 – 2.50 (2x seminggu); 2.51 – 3.50 (3x seminggu); 3.51 – 4.50 (4x seminggu); >4.50 (5x seminggu)

*Angka yang diikuti dengan huruf superskrip yang sama menunjukkan tidak ada perbedaan yang nyata di setiap kolom

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 13., data ditunjukkan sebagai rata – rata frekuensi konsumsi yang dianalisis menurut *mean rank* nya, dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan antar kelompok usia dan tingkat pendidikan terhadap frekuensi pembelian produk susu cair kemasan 450 mL dan 1000 mL selama 1 minggu. Kelompok usia >40 tahun dengan pendidikan terakhir menengah atas hingga pasca sarjana menunjukkan frekuensi pembelian yang lebih tinggi dibandingkan 2 kelompok usia yang lain pada kemasan susu cair 450 mL dan 1000 mL sebanyak 2x seminggu. Sedangkan rata – rata frekuensi pembelian susu cair kemasan 125 mL, 200 mL, dan 250 mL tidak terdapat perbedaan yang nyata pada semua kelompok usia dan tingkat pendidikan yaitu sebanyak 2x seminggu.

Tabel 14. Faktor Pendapatan/bulan Responden terhadap Frekuensi Pembelian Susu Cair dalam 1 minggu Berdasarkan Ukuran Kemasan

a. Kemasan 125 mL, 200 mL, dan 250 mL

Usia (tahun)	Pendapatan	Frekuensi Pembelian Susu Cair berdasarkan Ukuran Kemasan					
		125 mL		200mL		250mL	
		$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank
18 - 24	<Rp 1.400.000	1,60±0,74 ^a		1,77±0,84		2,14±1,00	
	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	1,45±0,93 ^a		1,36±0,67		2,00±0,89	
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	1,63±0,68 ^a	162,08 ^a	1,84±0,76	164,33 ^a	1,79±0,79	180,31 ^a
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	1,50±0,71 ^a		1,50±0,71		2,50±0,71	
	>Rp 8.400.000	1,50±0,58		1,75±0,96		2,00±0,82	
25 - 40	<Rp 1.400.000	1,36±0,50		1,36±0,67		1,82±0,75	
	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	1,55±0,69		1,97±1,13		1,87±1,02	
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	2,14±1,14	180,68 ^a	2,05±0,99	173,56 ^a	2,29±1,24	167,9 ^a
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	1,85±0,99		1,54±0,78		1,85±0,99	
	>Rp 8.400.000	1,71±0,76		1,71±0,49		1,71±1,11	
>40	<Rp 1.400.000	1,60±0,74		1,73±1,10		1,93±1,22	
	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	1,39±0,61		1,61±1,04		1,56±1,04	
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	1,70±0,77	169,61 ^a	1,91±0,87	174,46 ^a	1,95±1,02	161,84 ^a
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	2,20±1,37		1,93±0,70		2,13±1,19	
	>Rp 8.400.000	1,80±1,37		2,33±1,50		2,47±1,55	

b. Kemasan 450 mL dan 1000 mL

Usia (tahun)	Pendapatan	Frekuensi Pembelian Susu Cair berdasarkan Ukuran Kemasan			
		450mL		1000mL	
		$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank
18 - 24	<Rp 1.400.000	1,41±0,83		1,63±1,04	
	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	1,18±0,40		2,09±1,38	
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	1,42±1,02	159,13 ^a	1,68±1,11	153,13 ^a
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	1,50±0,71		2,50±2,12	
	>Rp 8.400.000	2,25±0,96		2,50±1,00	
25 - 40	<Rp 1.400.000	1,36±0,50		1,18±0,40	
	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	1,45±0,80		2,05±1,01	
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	1,60±0,99	170,76 ^{ab}	1,76±1,03	175,09 ^{ab}
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	1,38±0,65		2,69±1,18	
	>Rp 8.400.000	1,43±0,53		1,29±0,49	
>40	<Rp 1.400.000	1,47±0,83		2,20±1,08	
	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	1,17±0,38		1,56±0,78	
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	1,79±1,04	183,42 ^b	1,79±0,83	185,85 ^b
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	1,73±0,96		2,20±1,08	
	>Rp 8.400.000	1,93±1,39		2,60±1,35	

Keterangan

*Rata - rata: 1 – 1.50 (tidak tentu); 1.51 – 2.50 (2x seminggu); 2.51 – 3.50 (3x seminggu); 3.51 – 4.50 (4x seminggu); >4.50 (5x seminggu)

*Angka yang diikuti dengan huruf superskrip yang sama menunjukkan tidak ada perbedaan yang nyata di setiap kolom

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 14., data ditunjukkan sebagai rata – rata frekuensi konsumsi yang dianalisis menurut *mean rank* nya, dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan antar kelompok usia dan kisaran pendapatan/bulan terhadap frekuensi pembelian produk susu cair kemasan 450 mL dan 1000 mL. Pada ukuran kemasan 450 mL dan 1000 mL, rata – rata pembelian tertinggi ditunjukkan oleh kelompok usia >40 tahun terutama pada responden yang berpenghasilan >Rp 8.400.000 adalah sebanyak 2 – 3x seminggu. Rata – rata frekuensi pembelian susu cair kemasan 125 mL, 200 mL, dan 250 mL pada semua kelompok usia dan tingkat pendapatan/bulan tidak menunjukkan perbedaan yang nyata, mereka membeli ketiga kemasan tersebut sebanyak 2x seminggu, akan tetapi terdapat kelompok responden berusia 18 – 24 tahun dan 25 – 40 tahun dengan pendapatan <Rp 1.400.000 dan Rp 1.400.000 – 2.800.000 memilih “tidak tentu” dalam membeli produk susu cair kemasan 125 mL dan 200 mL dalam 1 minggu.

Tabel 15. Faktor Jumlah Anggota Keluarga terhadap Frekuensi Pembelian Susu Cair dalam 1 minggu berdasarkan Ukuran Kemasan

a. Kemasan 125 mL, 200 mL, dan 250 mL

Usia (tahun)	Keluarga	Frekuensi Pembelian Susu Cair					
		125 mL		200mL		250mL	
		$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank
18 - 24	2 orang	1,50±0.58		1,81±0.80		2,00±1.02	
	3 orang	1,52±0.78		1,76±0.79		2,00±0.93	
	4 orang	1,68±0.87	162,08 ^a	1,61±0.92	164,33 ^a	2,03±1.02	180,31 ^a
	5 orang	1,70±0.72		1,89±0.85		2,19±0.79	
	>5 orang	1,40±0.52		1,50±0.53		2,30±1.16	
25 - 40	2 orang	2,14±1.03		2,07±0.92		2,07±1.14	
	3 orang	1,53±0.80		1,78±1.07		1,66±0.87	
	4 orang	1,58±0.76	180,68 ^a	1,96±1.04	173,56 ^a	2,12±1.11	167,9 ^a
	5 orang	2,03±0.95		1,86±0.94		2,20±1.21	
	>5 orang	2,25±1.89		1,50±0.58		2,25±1.26	
>40	2 orang	1,45±0.69		1,91±1.22		1,55±0.69	
	3 orang	1,55±1.00		1,55±0.69		1,55±0.94	
	4 orang	1,45±0.85	169,61 ^a	1,74±1.00	174,46 ^a	1,71±0.97	161,84 ^a
	5 orang	2,03±0.93		2,27±1.12		2,70±1.31	
	>5 orang	2,14±1.46		1,57±0.53		1,29±0.49	

b. Kemasan 450 mL dan 1000 mL

Usia (tahun)	Keluarga	Frekuensi Pembelian Susu Cair			
		450mL		1000mL	
		$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank
18 - 24	2 orang	1,12±0.59		1,69±1.32	
	3 orang	1,52±1.06		1,79±1.08	
	4 orang	1,58±0.89	159,13 ^a	1,71±0.94	153,13 ^a
	5 orang	1,59±0.80		1,85±1.23	
	>5 orang	1,00±0,00		1,30±0.48	
25 - 40	2 orang	1,71±1,07		1,86±1.17	
	3 orang	1,34±0,65		1,66±1.00	
	4 orang	1,54±0,95	170,76 ^{ab}	1,92±1.09	175,09 ^{ab}
	5 orang	1,49±0,78		2,00±1.00	
	>5 orang	1,50±0,58		2,50±1.00	
>40	2 orang	1,73±1,27		1,45±0.69	
	3 orang	1,30±0.47		1,90±0.85	
	4 orang	1,58±1,15	183,42 ^b	1,94±1.18	185,85 ^b
	5 orang	1,97±0,99		2,16±1.04	
	>5 orang	1,14±0,38		2,29±0.95	

Keterangan

*Rata - rata: 1 – 1.50 (tidak tentu); 1.51 – 2.50 (2x seminggu); 2.51 – 3.50 (3x seminggu); 3.51 – 4.50 (4x seminggu); >4.50 (5x seminggu)

*Angka yang diikuti dengan huruf superskrip yang sama menunjukkan tidak ada perbedaan yang nyata di setiap kolom

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 15., data ditunjukkan sebagai rata – rata frekuensi konsumsi yang dianalisis menurut *mean rank* nya, dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan antar kelompok usia dan jumlah anggota keluarga terhadap frekuensi pembelian produk susu cair kemasan 450 mL dan 1000 mL. Pada ukuran kemasan 450 mL dan 1000 mL, dilihat dari *mean rank* kelompok usia >40 tahun dengan jumlah anggota keluarga sebanyak 5 orang, memiliki frekuensi pembeloan tertinggi dalam 1 minggu sebanyak 2x dibandingkan dengan responden usia 18 – 24 tahun. Rata – rata frekuensi pembelian susu cair kemasan 125 mL, 200 mL, dan 250 mL yaitu sebanyak 2x seminggu pada semua kelompok usia dengan jumlah anggota, akan tetapi terdapat beberapa responden berusia 18 – 24 tahun dan >40 tahun memilih “tidak tentu” dalam membeli ketiga jenis kemasan tersebut.

Tabel 16. Faktor Tingkat Pendidikan terhadap Frekuensi Pembelian Susu Bentuk Bubuk dalam 1 minggu berdasarkan Ukuran Kemasan

Usia (tahun)	Pendidikan	Frekuensi Pembelian Susu Bubuk							
		<i>Sachet</i>		<i>Box kecil</i>		<i>Box sedang</i>		<i>Box besar</i>	
		$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank
18 - 24	SMP	0		0		0		0	
	SMA	1,80±1,05		1,42±0,66		1,38±0,80		1,26±0,60	
	D3	1,29±0,49	167,48 ^a	1,43±0,53	164,16 ^a	1,29±0,49	159,81 ^a	1,00±0,00	153,47 ^a
	D4/S1	2,03±1,29		1,45±0,71		1,55±0,88		2,50±1,04	
	S2/S3	0		0		0		0	
25 - 40	SMP	1,20±0,45		1,20±0,45		1,20±0,45		1,00±0,00	
	SMA	2,10±1,03		1,47±0,78		1,53±0,90		1,43±0,86	
	D3	1,92±1,32	166,71 ^a	1,65±1,02	165,59 ^a	1,69±0,88	174,23 ^a	1,62±1,06	170,53 ^{ab}
	D4/S1	1,63±0,97		1,39±0,61		1,43±0,62		1,41±0,69	
	S2/S3	1,50±0,58		1,50±0,58		1,50±0,58		1,25±0,50	
>40	SMP	1,60±0,89		1,80±1,30		1,20±0,45		1,00±0,00	
	SMA	1,57±0,81		1,38±0,74		1,71±1,10		1,57±0,98	
	D3	2,00±1,00	177,97 ^a	1,79±0,79	183 ^a	1,53±0,77	179 ^a	1,53±0,96	190,24 ^b
	D4/S1	1,88±1,09		1,57±0,83		1,57±0,89		1,62±0,91	
	S2/S3	2,21±1,03		1,74±0,73		1,79±1,13		2,21±1,32	

Keterangan

*Rata - rata: 1 – 1.50 (tidak tentu); 1.51 – 2.50 (2x seminggu); 2.51 – 3.50 (3x seminggu); 3.51 – 4.50 (4x seminggu); >4.50 (5x seminggu)

*Angka yang diikuti dengan huruf superskrip yang sama menunjukkan tidak ada perbedaan yang nyata di setiap kolom

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 16., data ditunjukkan sebagai rata – rata frekuensi konsumsi yang dianalisis menurut *mean rank* nya, dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan antar kelompok usia dan tingkat pendidikan terhadap frekuensi pembelian susu bubuk kemasan *box* besar (650 – 800 gram). Rata – rata frekuensi pembelian susu bentuk bubuk kemasan *box* besar paling tinggi yaitu responden yang berusia >40 tahun terutama pada tingkat pendidikan menengah atas sampai pascasarjana dengan pembelian sebanyak 2x seminggu. Pada kemasan susu bubuk *sachet* (27 – 40 gram), *box* kecil (200 – 400 gram), dan *box* sedang (450 – 600 gram), rata – rata pembelian pada ketiga kelompok usia dan antar tingkat pendidikan tidak berbeda nyata yaitu sebanyak 2x pembelian dalam 1 minggu, namun ada beberapa responden dengan tingkat pendidikan menengah pertama dan menengah atas pada ketiga kelompok usia yang tidak tentu membeli produk susu bentuk bubuk kemasan *sachet*, *box* kecil, dan *box* sedang

Tabel 17. Faktor Pendapatan/bulan Responden terhadap Frekuensi Pembelian Susu Bentuk Bubuk dalam 1 minggu berdasarkan Ukuran Kemasan

a. Kemasan *sachet* dan *box* kecil

Usia	Pendapatan	Frekuensi Pembelian Susu Bubuk			
		<i>Sachet</i>		<i>Box</i> kecil	
		$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank
18 - 24	<Rp 1.400.000	1,92±1.15		1,45±0.64	
	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	1,73±1.19		1,27±0,65	
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	1,68±1.06	167,48 ^a	1,53±084	164,16 ^a
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	1,50±0.71		1,00±0.00	
	>Rp 8.400.000	1,50±0.58		1,25±0.50	
25 - 40	<Rp 1.400.000	1,18±0.40		1,36±0.67	
	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	1,87±1.07		1,32±0.66	
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	1,90±1.16	166,71 ^a	1,64±0.91	165,59 ^a
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	2,00±1.22		1,54±0.66	
	>Rp 8.400.000	1,43±0.53		1,29±0.49	
>40	<Rp 1.400.000	1,73±0.96		1,60±1.06	
	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	1,78±0.94		1,28±0.46	
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	1,77±0.84	177,97 ^a	1,77±0.87	183 ^a
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	2,07±1.10		1,60±0.74	
	>Rp 8.400.000	2,33±1.40		1,60±0.74	

b. Kemasan *box* sedang dan *box* besar

Usia (tahun)	Pendapatan	Frekuensi Pembelian Susu Bubuk			
		<i>Box</i> sedang		<i>Box</i> besar	
		$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank
18 - 24	<Rp 1.400.000	1,41±0,79	159,81 ^a	1,31±0,72	153,47 ^a

	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	1,18±0,40		1,09±0,30	
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	1,63±1,07		1,47±0,96	
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	1,00±0,00		1,00±0,00	
	>Rp 8.400.000	1,75±0,96		1,75±1,50	
	<Rp 1.400.000	1,45±0,69		1,09±0,30	
25 - 40	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	1,39±0,59	174,23 ^a	1,26±0,50	170,53 ^{ab}
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	1,62±0,91		1,55±0,92	
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	1,54±0,88		1,92±1,32	
	>Rp 8.400.000	1,57±0,53		1,43±0,53	
	<Rp 1.400.000	1,73±1,22		1,87±1,36	
>40	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	1,11±0,32	179 ^a	1,11±0,32	190,24 ^b
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	1,65±0,97		1,56±0,83	
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	1,80±0,68		1,67±0,62	
	>Rp 8.400.000	1,80±1,15		2,47±1,51	

Keterangan

*Rata - rata: 1 – 1.50 (tidak tentu); 1.51 – 2.50 (2x seminggu); 2.51 – 3.50 (3x seminggu); 3.51 – 4.50 (4x seminggu); >4.50 (5x seminggu)

*Angka yang diikuti dengan huruf superskrip yang sama menunjukkan tidak ada perbedaan yang nyata di setiap kolom

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 17., data ditunjukkan sebagai rata – rata frekuensi konsumsi yang dianalisis menurut *mean rank* nya, dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan antar kelompok usia dan kisaran pendapatan/bulan terhadap frekuensi pembelian susu bentuk bubuk kemasan *box* besar (650 – 800 gram). Responden usia >40 tahun terutama yang berpenghasilan >Rp 8.400.000 memiliki frekuensi pembelian paling tinggi pada kemasan *box* besar yaitu sebanyak 2x seminggu, dibandingkan dengan 2 kelompok usia yang lain. Pada kemasan susu bubuk *sachet* (27 – 40 gram), *box* kecil (200 – 400 gram), dan *box* sedang (450 – 600 gram), hasil *mean rank* ketiga kelompok usia tidak menunjukkan perbedaan yang nyata. Pembelian ketiga kemasan dalam 1 minggu sebanyak 2x, namun terdapat beberapa responden pada ketiga kelompok usia yang memilih “tidak tentu” dalam membeli susu bentuk bubuk kemasan *sachet*, *box* kecil, dan *box* sedang.

Tabel 18. Faktor Jumlah Anggota Keluarga terhadap Frekuensi Pembelian Susu Bentuk Bubuk dalam 1 minggu Berdasarkan Ukuran kemasan

Usia (tahun)	Pendidikan	Frekuensi Pembelian Susu Bubuk berdasarkan Ukuran Kemasan							
		<i>Sachet</i>		<i>Box kecil</i>		<i>Box sedang</i>		<i>Box besar</i>	
		$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank
18 - 24	SMA	1,80±1,05		1,42±0,66		1,38±0,80		1,26±0,60	
	D3	1,29±0,49	167,48 ^a	1,43±0,53	164,16 ^a	1,29±0,49	159,81 ^a	1,00±0,00	153,47 ^a
	D4/S1	2,03±1,29		1,45±0,71		1,55±0,88		2,50±1,04	
25 - 40	SMP	1,20±0,45		1,20±0,45		1,20±0,45		1,00±0,00	
	SMA	2,10±1,03		1,47±0,78		1,53±0,90		1,43±0,86	
	D3	1,92±1,32	166,71 ^a	1,65±1,02	165,59 ^a	1,69±0,88	174,23 ^a	1,62±1,06	170,53 ^{ab}
	D4/S1	1,63±0,97		1,39±0,61		1,43±0,62		1,41±0,69	
	S2/S3	1,50±0,58		1,50±0,58		1,50±0,58		1,25±0,50	
>40	SMP	1,60±0,89		1,80±1,30		1,20±0,45		1,00±0,00	
	SMA	1,57±0,81		1,38±0,74		1,71±1,10		1,57±0,98	
	D3	2,00±1,00	177,97 ^a	1,79±0,79	183 ^a	1,53±0,77	179 ^a	1,53±0,96	190,24 ^b
	D4/S1	1,88±1,09		1,57±0,83		1,57±0,89		1,62±0,91	
	S2/S3	2,21±1,03		1,74±0,73		1,79±1,13		2,21±1,32	

Keterangan

*Rata - rata: 1 – 1.50 (tidak tentu); 1.51 – 2.50 (2x seminggu); 2.51 – 3.50 (3x seminggu); 3.51 – 4.50 (4x seminggu); >4.50 (5x seminggu)

*Angka yang diikuti dengan huruf superskrip yang sama menunjukkan tidak ada perbedaan yang nyata di setiap kolom

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 18., data ditunjukkan sebagai rata – rata frekuensi konsumsi yang dianalisis menurut *mean rank* nya, dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan antar kelompok usia dan jumlah anggota keluarga terhadap frekuensi pembelian susu bentuk bubuk kemasan *box* besar (650 – 800 gram). Frekuensi pembelian tertinggi ditunjukkan oleh kelompok responden usia >40 terutama pada responden yang memiliki anggota keluarga sebanyak 5 orang, dibandingkan dengan 2 kelompok usia yang lain, dalam 1 minggu responden usia >40 tahun membeli sebanyak 2x. Pada kemasan susu bubuk *sachet* (27 – 40 gram), *box* kecil (200 – 400 gram), dan *box* sedang (450 – 600 gram), hasil *mean rank* ketiga kelompok usia tidak menunjukkan perbedaan nyata. Rata – rata frekuensi pembelian dalam 1 minggu sebanyak 2x, akan tetapi terdapat beberapa responden dengan jumlah anggota keluarga 2/3 orang dan >5 orang dari ketiga kelompok usia menunjukkan frekuensi pembelian “tidak tentu” dalam 1 minggu pada kemasan *sachet*, *box* kecil, dan *box* sedang.

3.5.3. Faktor – Faktor Sosial Ekonomi terhadap Pemilihan Harga Produk Susu Sapi Cair dan Bubuk

Tabel 19. Faktor Tingkat Pendidikan Responden terhadap Pemilihan Harga Susu Sapi berdasarkan Jenis Susu

a. Susu segar, susu *full cream*, dan susu *low fat*

Usia (tahun)	Pendidikan	Pemilihan Harga berdasarkan Jenis Susu					
		Susu segar		Susu <i>fullcream</i>		Susu <i>low fat</i>	
		$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank
18 - 24	SMA	1,88±0.85a		2,42±0.70		1,86±0.89	
	D3	2,14±0.69a	162,24 ^a	3,00±0.82	173,76 ^a	2,86±0.90	170,9 ^a
	D4/S1	1,85±0.95a		2,50±0.88		2,20±0.97	
25 - 40	SMP	2,20±0.84		2,20±0.84		1,20±0.45	
	SMA	1,97±0.85		2,30±0.70		1,73±0.91	
	D3	1,88±0.77	166,22 ^a	2,50±0.86	165,68 ^a	1,85±1.05	163,45 ^a
	D4/S1	1,87±0.81		2,39±0.77		2,22±0.84	
	S2/S3	1,50±0.58		2,50±0.58		2,00±0.82	
>40	SMP	1,60±0.55		2,00±1.00		1,20±0.45	
	SMA	2,10±0.70		1,90±0.83		1,86±0.85	
	D3	2,16±0.83	184,57 ^a	2,84±0.83	171,77 ^a	2,11±1.20	177,41 ^a
	D4/S1	2,05±0.88		2,45±0.92		2,12±0.99	
	S2/S3	2,21±1.21		2,63±0.96		2,74±1.28	

b. Susu bubuk, susu medis, susu khusus tulang, dan susu diet

Usia (tahun)	Pendidikan	Pemilihan Harga berdasarkan Jenis Susu							
		Susu bubuk		Susu Medis		Susu Tulang		Susu Diet	
		$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank
18 - 24	SMA	2,14±1.19	168,97 ^a	1,16±0.59	143,39 ^a	1,43±0.98	143,03 ^a	1,32±0.79	154,08 ^a
	D3	1,57±0.98		1,71±1.89		2,14±1.86		2,00±1,91	
	D4/S1	2,20±1.20		1,03±0.16		1,30±0.79		1,30±0.94	
25 - 40	SMP	1,20±0.45		1,00±0.00		1,80±1.30	166,09 ^b	1,00±0,00	173,85 ^b
	SMA	2,17±1.05		1,23±0.50		1,33±0.71		1,23±0,50	
	D3	2,81±1.55	173,44 ^a	1,46±0.86	172,22 ^b	1,69±1.01		1,62±0.94	
	D4/S1	2,11±1.27		1,57±1.15		1,76±1.08		1,61±1.04	
	S2/S3	1,50±0.58		1,25±0.50		1,25±0.50		1,25±0.50	
>40	SMP	1,00±0.00		1,40±0.89		2,00±1.41	206,99 ^c	1,00±0.00	186,05 ^b
	SMA	1,71±0.85		1,76±1.34		2,48±1.50		1,38±0.80	
	D3	2,05±1.08	169,2 ^a	1,84±1.21	200,15 ^c	2,26±1.24		1,84±1.21	
	D4/S1	2,19±1.19		1,76±1.19		2,19±1.45		1,60±0.94	
	S2/S3	2,84±1.30		1,95±1.18		2,16±1.17		1,58±0.61	

Keterangan

*Rata - rata: 1 – 1.50 (tidak tentu); 1.51 – 2.50 (Rp 3.000 – Rp 30.000); 2.51 – 3.50 (Rp 30.100 – Rp 100.000); 3.51 – 4.50 (Rp 100.100 – Rp 250.000); >4.50 (Rp>250.000)

*Angka yang diikuti dengan huruf superskrip yang sama menunjukkan tidak ada perbedaan yang nyata di setiap kolom

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 19., dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan antar kelompok usia dan tingkat pendidikan responden terhadap pemilihan harga susu medis, susu khusus tulang, dan susu diet. Hasil *mean rank* paling tinggi ditunjukkan oleh kelompok responden yang berusia >40 tahun. Rata – rata harga produk susu medis, susu khusus tulang, dan susu diet yang dipilih responden berusia >40 tahun dengan berpendidikan terakhir menengah atas – pascasarjana adalah sekitar Rp 3.000 – Rp 30.000. Sedangkan sebagian besar responden usia 18 – 24 tahun dan 25 – 40 tahun memilih harga “tidak tentu” pada ketiga produk susu tersebut, akan tetapi terdapat beberapa responden usia 18 – 24 tahun dan 25 – 40 tahun memilih kisaran harga Rp 3.000 – Rp 30.000 pada produk susu diet dan susu khusus tulang. Pada hasil *mean rank* pemilihan harga pada produk susu segar, susu *full cream*, susu *low fat*, dan susu bubuk tidak menunjukkan perbedaan nyata antara ketiga kelompok usia dan beberapa tingkat pendidikan. Responden memilih kisaran harga antara Rp 3.000 – Rp 100.000, sedangkan beberapa responden usia 25 – 40 tahun dan >40 tahun dengan pendidikan menengah pertama memilih harga “tidak tentu” pada produk susu bubuk dan susu *low fat*.

Tabel 20. Faktor Pendapatan Responden terhadap Pemilihan Harga Susu Sapi berdasarkan Jenis Susu

a. Susu segar, susu *full cream*, susu *low fat*, dan susu bubuk

Usia (tahun)	Pendapatan	Pemilihan Harga berdasarkan Jenis Susu			
		Susu segar	Susu <i>full cream</i>	Susu <i>low fat</i>	Susu bubuk
		$\bar{X} \pm \text{stdev}$	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	$\bar{X} \pm \text{stdev}$
18 - 24	<Rp 1.400.000	1,80±0.79 ^a	2,51±0.71 ^a	1,99±0.90 ^a	2,25±1.19 ^a
	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	2,36±1.12 ^a	1,91±0.70 ^a	2,00±0.77 ^a	1,45±0,69 ^a
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	1,95±1.03 ^a	2,58±0.96 ^a	2,11±1.20 ^a	2,00±1.25 ^a
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	1,50±0.71 ^a	2,50±0.71 ^a	2,50±0.71 ^a	1,50±0.71 ^a
	>Rp 8.400.000	2,25±0.96 ^a	3,00±0.82 ^a	2,25±1.50 ^a	2,25±1.50 ^a
25 - 40	<Rp 1.400.000	1,91±0.54 ^a	2,00±0.89 ^a	2,00±1.00 ^a	2,00±1.18 ^a
	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	1,84±0.72 ^a	2,29±0.73 ^a	1,84±0.89 ^a	2,03±1.13 ^a
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	1,81±0.77 ^a	2,55±0.67 ^a	2,10±0.98 ^a	2,21±1.30 ^a
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	2,31±0.85 ^a	2,54±0.97 ^a	1,85±0.90 ^a	2,85±1.68 ^a
	>Rp 8.400.000	2,00±1.41 ^a	2,29±0.76 ^a	1,71±0.76 ^a	2,57±1.40 ^a
>40	<Rp 1.400.000	1,87±0.74 ^a	2,33±0.90 ^a	1,73±0.88 ^a	1,67±0.90 ^a
	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	1,83±0.62 ^a	2,06±0.94 ^a	1,56±0.92 ^a	1,72±0.89 ^a
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	2,07±0.77 ^a	2,35±0.87 ^a	2,07±0.88 ^a	2,07±1.06 ^a
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	2,47±0.99 ^a	2,67±1.05 ^a	2,73±1.03 ^a	2,40±1.12 ^a
	>Rp 8.400.000	2,27±1.39 ^a	2,93±0.88 ^a	2,80±1.47 ^a	3,00±1.60 ^a

b. Susu medis, susu khusus tulang, dan susu diet

Usia (tahun)	Pendapatan	Pemilihan Harga berdasarkan Jenis Susu		
		Susu Medis	Susu Tulang	Susu Diet
		$\bar{X} \pm stdev$	$\bar{X} \pm stdev$	$\bar{X} \pm stdev$
18 - 24	<Rp 1.400.000	1,13±0,55 ^a	1,32±0,81 ^a	1,26±0,74 ^a
	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	1,09±0,30 ^a	1,27±0,65 ^a	1,91±1,45 ^a
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	1,05±0,23 ^a	1,68±1,16 ^a	1,26±0,81 ^a
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	1,00±0,00 ^a	1,00±0,00 ^a	1,00±0,00 ^a
	>Rp 8.400.000	2,25±2,50 ^a	3,25±2,63 ^a	2,25±2,50 ^a
25 - 40	<Rp 1.400.000	1,45±1,21 ^b	1,64±0,92 ^b	1,64±1,03 ^b
	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	1,32±0,77 ^b	1,50±0,98 ^b	1,37±0,88 ^b
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	1,57±1,06 ^b	1,69±1,05 ^b	1,50±0,89 ^b
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	1,23±0,44 ^b	1,77±1,01 ^b	1,46±0,78 ^b
	>Rp 8.400.000	1,29±0,49 ^b	1,43±0,53 ^b	1,57±0,79 ^b
>40	<Rp 1.400.000	1,27±0,59 ^c	1,73±1,16 ^c	1,27±0,59 ^b
	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	1,67±1,33 ^c	2,11±1,49 ^c	1,17±0,71 ^b
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	1,77±1,07 ^c	2,26±1,27 ^c	1,58±0,88 ^b
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	2,20±1,32 ^c	2,80±1,52 ^c	1,93±0,88 ^b
	>Rp 8.400.000	2,13±1,55 ^c	2,33±1,40 ^c	1,93±1,22 ^b

Keterangan

*Rata - rata: 1 – 1.50 (tidak tentu); 1.51 – 2.50 (Rp 3.000 – Rp 30.000)); 2.51 – 3.50 (Rp 30.100 – Rp 100.000); 3.51 – 4.50 (Rp 100.100 – Rp 250.000); >4.50 (Rp>250.000)

*Angka yang diikuti dengan huruf superskrip yang sama menunjukkan tidak ada perbedaan yang nyata di setiap kolom

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 20., data ditunjukkan sebagai rata – rata frekuensi konsumsi yang dianalisis menurut *mean rank* nya. Hasil *mean rank* ini dilampirkan pada lampiran 4., dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan antar kelompok usia dan pendapatan responden terhadap pemilihan harga susu medis, susu khusus tulang, dan susu diet. Hasil *mean rank* paling tinggi ditunjukkan oleh kelompok responden yang berusia >40 tahun. Rata – rata harga produk susu medis, susu khusus tulang, dan susu diet yang dipilih responden dengan pendapatan antara Rp 1.400.000 sampai \geq Rp 8.400.000 adalah sekitar Rp 3.000 – Rp 30.000, namun terdapat beberapa responden >40 tahun memilih harga antara Rp 30.100 – Rp 100.000 pada susu khusus tulang. Sedangkan sebagian besar responden usia 18 – 24 tahun dan 25 – 40 tahun memilih harga “tidak tentu” pada ketiga produk susu tersebut. Pada hasil *mean rank* pemilihan harga pada produk susu segar, susu *full cream*, susu *low fat*, dan susu bubuk tidak menunjukkan perbedaan nyata antara ketiga kelompok usia dan kisaran pendapatan/bulan. Responden memilih kisaran harga antara Rp 3.000 – Rp 100.000.

Tabel 21. Faktor Jumlah Anggota Keluarga terhadap Pemilihan Harga Susu Sapi berdasarkan Jenis Susu

a. Susu segar, susu *full cream*, susu *low fat*, susu bubuk

Usia (tahun)	Keluarga	Pemilihan Harga berdasarkan Jenis Susu							
		Susu segar		Susu <i>full cream</i>		Susu <i>low fat</i>		Susu bubuk	
		$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank
18 - 24	2 orang	1,88±0.99		2,38±0.75		1,92±0.93		2,23±1.18	
	3 orang	1,90±0.72		2,59±0.68		1,97±0.98		2,31±1.31	
	4 orang	1,81±0.87	162,24 ^a	2,29±0.78	173,76 ^a	1,94±0.89	170,9 ^a	1,97±1.05	168,97 ^a
	5 orang	2,00±0.92		2,74±0.86		2,41±0.93		1,85±0.86	
	>5 orang	1,80±0.92		2,30±0.67		1,70±0.95		2,60±1.78	
25 - 40	2 orang	1,71±0.61		2,50±0.65		2,00±0.78		1,93±1.14	
	3 orang	1,78±0.71		2,25±0.80		1,59±0.76		2,31±1.28	
	4 orang	1,85±0.78	166,22 ^a	2,46±0.76	165,68 ^a	2,15±1.12	163,45 ^a	2,19±1.58	173,44 ^a
	5 orang	2,06±0.91		2,49±0.78		2,09±0.92		2,34±1.21	
	>5 orang	2,50±1.00		1,75±0.50		2,00±0.82		1,75±0.50	
>40	2 orang	1,91±0.83		1,73±0.90		1,91±0.94		1,64±0.92	
	3 orang	1,75±0.64		2,40±0.88		1,95±1.00		2,10±1.37	
	4 orang	2,00±0.77	184,57 ^a	2,39±0.95	171,77 ^a	2,03±1.02	177,41 ^a	2,23±1.41	169,2 ^a
	5 orang	2,38±1.06		2,70±0.91		2,46±1.22		2,30±0.91	
	>5 orang	2,14±0.90		2,29±0.76		1,71±0.95		1,71±0.95	

b. Susu medis, susu khusus tulang, dan susu diet

Usia (tahun)	Keluarga	Pemilihan Harga berdasarkan Jenis Susu					
		Susu Medis		Susu Tulang		Susu Diet	
		$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank
18 - 24	2 orang	1,00±0.00		1,31±0.84		1,00±0.00	
	3 orang	1,24±0.99		1,62±1.37		1,41±1.15	
	4 orang	1,23±0.76	143,39 ^a	1,45±0.99	143,03 ^a	1,65±1.20	154,08 ^a
	5 orang	1,15±0.46		1,41±0.80		1,41±0.84	
	>5 orang	1,00±0.00		1,20±0.63		1,00±0,00	
25 - 40	2 orang	1,36±0.84		1,50±0.85		1,29±0,83	
	3 orang	1,34±0.90		1,56±0.98		1,47±0,84	
	4 orang	1,00±0.00	172,22 ^b	1,46±1.03	166,09 ^b	1,23±0,82	173,85 ^b
	5 orang	1,77±1.14		1,80±1.02		1,66±0,94	
	>5 orang	1,75±0.50		1,75±0.50		2,00±0.82	
>40	2 orang	2,00±1,41		2,00±1.34		1,45±0.93	
	3 orang	1,65±0.99		2,00±1.17		1,30±0.47	
	4 orang	1,32±1.01	200,15 ^c	2,29±1.51	206,99 ^c	1,35±0.98	186,05 ^b
	5 orang	2,30±1.27		2,65±1.32		2,03±0.93	
	>5 orang	1,29±0.76		1,00±0.00		1,00±0.00	

Keterangan

*Rata - rata: 1 – 1.50 (tidak tentu); 1.51 – 2.50 (Rp 3.000 – Rp 30.000); 2.51 – 3.50 (Rp 30.100 – Rp 100.000); 3.51 – 4.50 (Rp 100.100 – Rp 250.000); >4.50 (Rp>250.000)

*Angka yang diikuti dengan huruf superskrip yang sama menunjukkan tidak ada perbedaan yang nyata di setiap kolom

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 21., dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan antar kelompok usia dan jumlah anggota keluarga terhadap pemilihan harga susu medis, susu khusus tulang, dan susu diet. Hasil *mean rank* paling tinggi ditunjukkan oleh kelompok responden yang berusia >40 tahun. Rata – rata harga produk susu medis, susu khusus tulang, dan susu diet yang dipilih responden berusia >40 tahun dengan jumlah anggota keluarga 2 – 5 orang adalah sekitar Rp 3.000 – Rp 30.000, namun terdapat beberapa responden >40 tahun memilih harga antara Rp 30.100 – Rp 100.000 pada susu khusus tulang. Sedangkan sebagian besar responden usia 18 – 24 tahun dan 25 – 40 tahun memilih harga “tidak tentu” pada ketiga produk susu tersebut, akan tetapi terdapat beberapa responden usia 25 – 40 tahun dengan jumlah anggota keluarga 5 orang atau lebih memilih harga antara Rp 3.000 – Rp 30.000 pada ketiga produk susu tersebut dan pada responden usia 18 – 24 tahun dengan jumlah anggota keluarga 3 dan 4 orang memilih harga produk susu khusus tulang dan susu diet antara Rp 3.000 – Rp 30.000. Pada hasil *mean rank* pemilihan harga pada produk susu segar, susu *full cream*, susu *low*

fat, dan susu bubuk tidak menunjukkan perbedaan nyata antara ketiga kelompok usia dan jumlah anggota keluarga. Ketiga kelompok usia responden memilih kisaran harga antara Rp 3.000 – Rp 100.000, terutama pada responden dengan jumlah anggota keluarga 5 orang atau lebih.

3.5.4. Faktor – Faktor Sosial Ekonomi terhadap Pemilihan Lokasi Pembelian Produk Susu Sapi Cair dan Bubuk

Tabel 22. Faktor Tingkat Pendidikan terhadap Frekuensi Pembelian Produk Susu dalam 1 minggu berdasarkan Tempat Beli

a. Pasar, warung, supermarket

Usia (tahun)	Pendidikan	Frekuensi Pembelian Jenis Susu berdasarkan Tempat Beli					
		Pasar		Warung		Supermarket	
		$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank
18 - 24	SMA	1,58±0.70		2.04±0.96		3.21±1.10	
	D3	2.29±0.76	165,2 ^a	2.14±0,69	179,32 ^b	3.86±0.69	186,85 ^b
	D4/S1	1.85±0.86		2.13±0,97		3.23±1.12	
25 - 40	SMP	3.40±1,14		2.60±1.34		2.60±1.52	
	SMA	2.13±1,11		2.43±1.25		2.60±1.22	
	D3	1.58±0.70	174,55 ^a	2.15±0.97	176,16 ^{ab}	2.73±1.25	160,86 ^a
	D4/S1	1.70±0.73		1.83±0.88		3.20±1.13	
	S2/S3	1.00±0.00		1.25±0.50		3.75±0.50	
>40	SMP	1.60±0.89		1.80±0.84		2.80±1.79	
	SMA	2.00±1.14		2.00±1.30		2.57±1.36	
	D3	1.95±0.85	172,42 ^a	2.05±0,91	154,34 ^a	2.63±1.26	161,63 ^a
	D4/S1	1.83±0.85		1.81±1.11		2.98±1.22	
	S2/S3	1.42±0.61		1.74±0.93		3.53±1.02	

b. Minimarket dan online store

Usia (tahun)	Pendidikan	Frekuensi Pembelian Jenis Susu berdasarkan Tempat Beli			
		Minimarket		Online store	
		$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank
18 - 24	SMA	3.36±1.03		1.51±0,89	
	D3	3.86±0.69	193,19 ^b	2.57±1.40	177,62 ^b
	D4/S1	3.20±1.18		1.23±1.70	
25 - 40	SMP	2.60±1.82		1.00±0.00	
	SMA	3.13±1.33		1.33±0.80	
	D3	3.08±1.02	168,17 ^a	1.73±1.22	174,97 ^{ab}
	D4/S1	2.96±0.99		1.43±0.69	
	S2/S3	3.50±0.58		1.00±0.00	
>40	SMP	2.80±1.64		1.00±0.00	
	SMA	2.52±1.33		1.24±0.44	
	D3	2.53±1.12	146,62 ^a	1.11±032	157,55 ^a
	D4/S1	2.81±1.19		1.26±0.70	

S2/S3

3.11±1.05

1.53±1.07

Keterangan

*Rata - rata: 1 – 1.50 (belum tentu membeli); 1.51 – 2.50 (membeli 1x); 2.51 – 3.50 (membeli 2x); 3.51 – 4.50 (membeli 3x); >4.50 (membeli >3x)

*Angka yang diikuti dengan huruf superskrip yang sama menunjukkan tidak ada perbedaan yang nyata di setiap kolom

Berdasarkan tabel 22., dapat dilihat bahwa dapat dilihat bahwa hasil *mean rank* menunjukkan terdapat perbedaan antar kelompok usia dan tingkat pendidikan dengan frekuensi pembelian produk susu pada lokasi pembelian di warung, supermarket, minimarket, dan *online store*. Dari hasil *mean rank* responden usia 18 – 24 tahun memiliki hasil yang paling tinggi dibandingkan dengan 2 kelompok responden yang lain. Rata – rata frekuensi pembelian responden usia 18 – 24 tahun di supermarket dan minimarket sebanyak 2 – 3x seminggu, sedangkan di warung dan *online store* sebanyak 1 – 2x seminggu. Pada responden usia 24 – 40 tahun dan >40 tahun hanya membeli 1 – 2x di warung, supermarket, minimarket, dan sebagian besar “tidak tentu” dalam pembelian di *online store*. Untuk seluruh responden pada ketiga kelompok usia dan tingkat pendidikan, menunjukkan hasil *mean rank* yang tidak berbeda nyata pada lokasi pembelian di pasar, rata – rata mereka membeli sebanyak 1 – 2x dalam 1 minggu.

Tabel 23. Faktor Pendapatan Responden terhadap terhadap Frekuensi Pembelian Produk Susu dalam 1 minggu berdasarkan Tempat Beli

a. Pasar, warung, dan supermarket

Usia (tahun)	Pendapatan	Frekuensi Pembelian Produk Susu berdasarkan Tempat Beli					
		Pasar		Warung		Supermarket	
		$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank
18 - 24	<Rp 1.400.000	1,69±0.77		2,10±0,96		3,10±1.08	
	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	1,73±0.90		1,82±0,75		3,45±0.93	
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	1,68±0.75	165,2 ^a	2,11±1,05	179,32 ^b	3,58±1.12	186,85 ^b
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	2,00±1.41		2,00±1.41		5,00±0.00	
	>Rp 8.400.000	2,00±0.82		2,00±0.00		3,50±1.00	
25 - 40	<Rp 1.400.000	1,82±0.40		2,18±1.08		2,64±0.81	
	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	2,26±1.18		2,03±1.13		2,66±1.21	
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	1,64±0.69	174,55 ^a	2,10±0.91	176,16 ^{ab}	3,12±1.23	160,86 ^a
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	1,54±0.88		2,31±1.32		3,23±1.30	
	>Rp 8.400.000	1,29±0.76		1,71±1.11		3,00±1.29	
>40	<Rp 1.400.000	1,53±0.74		1,80±0.77		2,53±0.92	
	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	2,28±1.18		2,33±1.50		1,78±0.88	
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	1,81±0.82	172,42 ^a	1,88±1.03	154,34 ^a	3,07±1.28	161,63 ^a
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	1,87±0.92		1,73±0.88		3,47±1.06	
	>Rp 8.400.000	1,40±0.51		1,53±0.92		3,73±1.16	

b. Minimarket dan *online store*

Usia (tahun)	Pendapatan	Frekuensi Pembelian Produk Susu berdasarkan Tempat Beli			
		Minimarket		<i>Online store</i>	
		$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank
18 - 24	<Rp 1.400.000	3,23±1.10		1,39±0.78	
	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	3,36±0,67		1,27±0.65	
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	3,58±1,12	193,19 ^b	1,74±1.10	177,62 ^b
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	5,00±0,00		3,00±2.83	
	>Rp 8.400.000	3,50±0,58		2,00±1.41	
25 - 40	<Rp 1.400.000	2,55±0,93		1,36±0.67	
	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	3,11±1,29		1,13±0.34	
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	3,10±0,91	168,17 ^a	1,40±0.77	174,97 ^{ab}
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	3,00±1.29		2,54±1.45	
	>Rp 8.400.000	3,14±1.35		1,43±0.79	
>40	<Rp 1.400.000	2,00±0,85		1,13±0.52	
	Rp 1.400.100 - Rp 2.800.000	2,61±1.33		1,17±0.38	
	Rp 2.800.100 - Rp 5.600.000	2,79±1.28	146,62 ^a	1,28±0.77	157,55 ^a
	Rp 5.600.100 - Rp 8.400.000	3,27±0.80		1,13±0.35	
	>Rp 8.400.000	3,07±1.16		1,60±0.99	

Keterangan

*Rata - rata: 1 – 1.50 (belum tentu membeli); 1.51 – 2.50 (membeli 1x); 2.51 – 3.50 (membeli 2x); 3.51 – 4.50 (membeli 3x); >4.50 (membeli >3x)

*Angka yang diikuti dengan huruf superskrip yang sama menunjukkan tidak ada perbedaan yang nyata di setiap kolom

Berdasarkan tabel 23., dapat dilihat bahwa dapat dilihat bahwa hasil *mean rank* menunjukkan terdapat perbedaan antar kelompok usia dan pendapatan responden dengan frekuensi pembelian produk susu pada lokasi pembelian di warung, supermarket, minimarket, dan *online store*. Dari hasil *mean rank* responden usia 18 – 24 tahun memiliki hasil yang paling tinggi dibandingkan dengan 2 kelompok responden yang lain. Rata – rata frekuensi pembelian responden usia 18 – 24 tahun pada keseluruhan pendapatan/bulan di warung dan *online store* sebanyak 1 – 2x seminggu, sedangkan di supermarket dan minimarket pembelian dalam 1 minggu sebanyak 2 – 3x, akan tetapi pada responden usia 18 – 24 tahun dengan pendapatan antara Rp 5.600.100 – Rp 8.400.000 membeli produk susu >3x di supermarket dan minimarket. Pada responden usia 24 – 40 tahun dan >40 tahun hanya membeli 1 – 2x di warung, supermarket, minimarket, dan sebagian besar “tidak tentu” dalam pembelian di *online store*. Untuk seluruh responden pada ketiga kelompok usia dan pendapatan/bulan, menunjukkan hasil

mean rank yang tidak berbeda nyata pada lokasi pembelian di pasar, rata – rata mereka membeli sebanyak 1x dalam 1 minggu.

Tabel 24. Faktor Jumlah Anggota Keluarga terhadap Frekuensi Pembelian Produk Susu dalam 1 minggu berdasarkan Tempat Beli

a. Pasar, warung, dan supermarket

Usia (tahun)	Keluarga	Frekuensi Pembelian Produk Susu berdasarkan Tempat Beli					
		Pasar		Warung		Supermarket	
		$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank
18 - 24	2 orang	1,69±0.74		2,19±1.20		3,12±1.03	
	3 orang	1,59±0.63		2,03±0.78		3,17±1.23	
	4 orang	1,87±1.02	165,2 ^a	1,97±0.87	179,32 ^b	3,29±1.01	186,85 ^b
	5 orang	1,63±0.74		2,07±0.96		3,26±1.10	
	>5 orang	1,80±0.42		2,20±0.92		3,70±1.16	
25 - 40	2 orang	1,93±0.62		1,93±1.07		2,57±0.85	
	3 orang	1,69±1.03		2,31±1.03		2,59±1.21	
	4 orang	2,23±1.07	174,55 ^a	2,35±1.35	176,16 ^{ab}	2,96±1.46	160,86 ^a
	5 orang	1,66±0.80		1,77±0.73		3,34±1.00	
	>5 orang	1,75±0.96		1,75±0.96		2,75±1.50	
>40 tahun	2 orang	1,73±0.79		1,45±0.93		2,73±1.01	
	3 orang	1,65±0.75		1,70±0.86		3,40±0.99	
	4 orang	1,74±0.89	172,42 ^a	1,84±1.21	154,34 ^a	2,68±1.40	161,63 ^a
	5 orang	1,97±1.01		2,05±1.03		3,03±1.30	
	>5 orang	1,71±0.76		2,29±1.25		2,43±1,40	

b. Minimarket dan *online store*

Usia (tahun)	Keluarga	Frekuensi Pembelian Produk Susu berdasarkan Tempat Beli			
		Minimarket		<i>Online store</i>	
		$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank
18 - 24	2 orang	3,23±0.95		1,46±0.81	
	3 orang	3,14±1.09		1,59±0.91	
	4 orang	3,29±1.04	193,19 ^b	1,16±0.52	177,62 ^b
	5 orang	3,56±1.05		1,70±1.20	
	>5 orang	3,70±1.42		1,60±1.07	
25 - 40 tahun	2 orang	2,93±0.92		1,21±0.43	
	3 orang	2,97±1.45		1,34±0.70	
	4 orang	3,04±1.15	168,17 ^a	1,46±0.90	174,97 ^{ab}
	5 orang	3,11±0.80		1,63±1.09	
	>5 orang	3,25±1.50		1,25±0.50	
>40 tahun	2 orang	2,82±1.17		1,27±0.65	
	3 orang	2,60±1.14		1,45±1.05	
	4 orang	2,58±1.26	146,62 ^a	1,23±0.62	157,55 ^a
	5 orang	3,08±1.19		1,24±0.55	
	>5 orang	2,14±1.07		1,00±0.00	

Keterangan

*Rata - rata: 1 – 1.50 (belum tentu membeli); 1.51 – 2.50 (membeli 1x); 2.51 – 3.50 (membeli 2x); 3.51 – 4.50 (membeli 3x); >4.50 (membeli >3x)

*Angka yang diikuti dengan huruf superskrip yang sama menunjukkan tidak ada perbedaan yang nyata di setiap kolom

Berdasarkan tabel 24., dapat dilihat bahwa hasil *mean rank* menunjukkan terdapat perbedaan antar kelompok usia dan jumlah anggota keluarga dengan frekuensi pembelian produk susu pada lokasi pembelian di warung, supermarket, minimarket, dan *online store*. Dari hasil *mean rank* responden usia 18 – 24 tahun memiliki hasil yang paling tinggi dibandingkan dengan 2 kelompok responden yang lain. Rata – rata frekuensi pembelian responden usia 18 – 24 tahun di warung dan *online store* sebanyak 1x seminggu, sedangkan di supermarket dan minimarket pembelian dalam 1 minggu sebanyak 2 – 3x terutama pada responden yang memiliki jumlah anggota keluarga sebanyak 5 orang atau lebih. Pada responden usia 24 – 40 tahun dan >40 tahun hanya membeli 1 – 2x di warung, supermarket, minimarket, dan sebagian besar “tidak tentu” dalam pembelian di *online store*. Untuk seluruh responden pada ketiga kelompok usia dan jumlah anggota keluarga yang bervariasi, menunjukkan hasil *mean rank* yang tidak berbeda nyata pada lokasi pembelian di pasar, rata – rata mereka membeli sebanyak 1x seminggu.

3.5.5. Pengetahuan Responden Mengenai Produk Susu terhadap Perilaku Konsumsi Susu Cair dan Bubuk dalam 1 minggu

Tabel 25. Faktor Pengetahuan Responden terhadap Frekuensi Konsumsi Susu Cair dan Bubuk dalam 1 minggu

Usia (tahun)	Pengetahuan	Frekuensi Konsumsi						
		Susu segar $\bar{X} \pm \text{stdev}$	Susu <i>full cream</i> $\bar{X} \pm \text{stdev}$	Susu <i>low fat</i> $\bar{X} \pm \text{stdev}$	Susu bubuk $\bar{X} \pm \text{stdev}$	Susu Medis $\bar{X} \pm \text{stdev}$	Susu Tulang $\bar{X} \pm \text{stdev}$	Susu Diet $\bar{X} \pm \text{stdev}$
18 - 24	Rendah	2,10±0.74 ^a	2,20±0.42 ^b	1,80±0.42 ^a	1,80±0.79 ^b	1,20±0.42 ^a	1,70±0.67 ^a	1,60±0.97 ^a
	Sedang	1,67±0.63 ^a	2,44±0.74 ^b	1,88±0.79 ^a	1,92±0.82 ^b	1,06±0.32 ^a	1,19±0.49 ^a	1,13±0.44 ^a
	Baik	1,82±0.75 ^a	2,50±0.95 ^b	1,90±0.76 ^a	1,84±0.91 ^b	1,06±0.24 ^a	1,18±0.44 ^a	1,18±0.44 ^a
	Sangat Baik	1,87±1.06 ^a	2,47±0.99 ^b	1,73±0.80 ^a	2,47±1.30 ^b	1,13±0.52 ^a	1,47±0.74 ^a	1,13±0.35 ^a
25 - 40	Rendah	1,83±0.64 ^a	2,21±0.88 ^{ab}	1,67±0.64 ^a	1,83±1.20 ^a	1,13±0.45 ^a	1,50±0.72 ^a	1,21±0.51 ^a
	Sedang	1,81±0.82 ^a	2,38±0.87 ^{ab}	1,68±0.73 ^a	1,60±0.80 ^a	1,09±0.35 ^a	1,23±0.48 ^a	1,06±0.25 ^a
	Baik	1,91±1.04 ^a	2,37±0.97 ^{ab}	1,74±0.74 ^a	1,86±1.22 ^a	1,11±0.47 ^a	1,34±0.87 ^a	1,14±0.36 ^a
	Sangat Baik	1,40±0.55 ^a	2,40±1.14 ^{ab}	1,40±0.55 ^a	2,20±1.10 ^a	1,80±1.79 ^a	1,20±0.45 ^a	1,00±0.00 ^a
>40	Rendah	2,33±1.02 ^a	2,03±0.73 ^a	1,82±0.77 ^a	1,79±1.05 ^{ab}	1,18±0.77 ^a	1,85±1.06 ^b	1,15±0.44 ^a
	Sedang	1,71±0.84 ^a	2,21±0.99 ^a	1,76±0.94 ^a	1,89±1.03 ^{ab}	1,11±0.39 ^a	1,50±0.65 ^b	1,13±0.47 ^a
	Baik	1,89±0.93 ^a	2,00±0.73 ^a	1,81±0.74 ^a	1,74±0.94 ^{ab}	1,59±1.12 ^a	1,48±0.80 ^b	1,15±0.46 ^a
	Sangat Baik	1,63±0.74 ^a	2,00±0.76 ^a	1,75±0.46 ^a	1,88±0.83 ^{ab}	1,25±0.46 ^a	1,50±0.76 ^b	1,13±0.35 ^a

Keterangan

*Rata - rata: 1 – 1.50 (tidak tentu); 1.51 – 2.50 (2x seminggu); 2.51 – 3.50 (3x seminggu); 3.51 – 4.50 (4x seminggu); >4.50 (5x seminggu)

*Angka yang diikuti dengan huruf superskrip yang sama menunjukkan tidak ada perbedaan yang nyata di setiap kolom

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 25., data ditunjukkan sebagai rata – rata frekuensi konsumsi yang dianalisis menurut *mean rank* nya. Hasil *mean rank* ini dilampirkan pada lampiran 5., dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan antara ketiga kelompok usia dan pengetahuan responden tentang produk susu dengan frekuensi konsumsi susu *full cream*, susu bubuk, dan susu khusus tulang selama 1 minggu. Dari hasil *mean rank* menunjukkan bahwa secara keseluruhan frekuensi konsumsi susu *full cream* dan susu bubuk tertinggi yaitu sebanyak 2x seminggu, terdapat pada kelompok responden berusia 18 – 24 tahun dengan kategori pengetahuan “baik” dan “sangat baik”, sedangkan frekuensi konsumsi susu khusus tulang tertinggi yaitu sebanyak 2x seminggu ditunjukkan oleh responden usia >40 tahun dengan kategori pengetahuan “rendah”. Pada frekuensi konsumsi susu segar dan susu *low fat*, menunjukkan tidak ada perbedaan antar kelompok usia dengan kategori pengetahuan responden “rendah” sampai “baik”, mereka mengkonsumsi kedua jenis susu tersebut sebanyak 2x seminggu, dan pada kategori pengetahuan “sangat baik” penurunan konsumsi susu segar dan *low fat*. Frekuensi konsumsi susu medis dan susu diet tidak menunjukkan perbedaan yang nyata pada ketiga kelompok usia dan tingkat pengetahuan responden, mereka memiliki konsumsi “tidak tentu” dalam 1 minggu, namun terdapat beberapa responden usia >40 tahun yang mengkonsumsi susu khusus tulang dan susu diet 2x seminggu.

Tabel 26. Faktor Pengetahuan Responden terhadap Frekuensi Pembelian Susu Cair dalam 1 minggu berdasarkan Ukuran Kemasan

a. Ukuran 125 mL, 200 mL, dan 250 mL

Usia (tahun)	Pengetahuan	Frekuensi Pembelian Susu Cair					
		125 mL		200mL		250mL	
		$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank
18 - 24	Rendah	2,10±0.88		1,70±0.82		2,20±1.03	
	Sedang	1,65±0.73	162,08 ^a	1,69±0.78	164,33 ^a	1,94±0.91	180,31 ^a
	Baik	1,48±0.71		1,74±0.75		2,14±0.97	
	Sangat Baik	1,40±0.63		1,93±1.16		2,20±1.01	
Rendah	2,25±1.15	2,00±0.88		2,00±0.93			
25 - 40	Sedang	1,79±0.83	180,68 ^a	1,96±1.14	173,56 ^a	2,09±1.12	167,9 ^a
	Baik	1,49±0.66		1,74±0.85		1,91±1.17	
	Sangat Baik	2,00±1.73		1,40±0.55		2,00±1.22	
	Rendah	1,97±0.92		2,12±1.05		2,27±1.13	
>40	Sedang	1,66±0.88	169,61 ^a	1,79±0.96	174,46 ^a	1,89±1.01	161,84 ^a
	Baik	1,52±0.98		1,93±1.14		1,93±1.49	
	Sangat Baik	1,63±1.41		1,38±0.52		1,38±0.52	

b. Ukuran 450 mL dan 1000 mL

Usia (tahun)	Pengetahuan	Frekuensi Pembelian Susu Cair			
		450mL		1000mL	
		$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank
18 - 24	Rendah	1,80±0.92	159,13 ^a	2,10±1.20	153,13 ^a
	Sedang	1,31±0.75		1,44±0.92	
	Baik	1,36±0.75		1,82±1.02	
	Sangat Baik	1,73±1.22		2,07±1.58	
25 - 40	Rendah	1,75±0.74	170,76 ^{ab}	1,79±1.02	175,09 ^{ab}
	Sedang	1,53±1.00		2,04±1.18	
	Baik	1,31±0.58		1,83±0.89	
	Sangat Baik	1,00±0.00		1,20±0.45	
>40	Rendah	1,97±1.13	183,42 ^b	2,06±0.90	185,85 ^b
	Sedang	1,42±0.86		1,79±1.02	
	Baik	1,52±0.80		2,22±1.22	
	Sangat Baik	1,88±1.36		1,75±0.71	

Keterangan

*Rata - rata: 1 – 1.50 (tidak tentu); 1.51 – 2.50 (2x seminggu); 2.51 – 3.50 (3x seminggu); 3.51 – 4.50 (4x seminggu); >4.50 (5x seminggu)

*Angka yang diikuti dengan huruf superskrip yang sama menunjukkan tidak ada perbedaan yang nyata di setiap kolom

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 26., dapat dilihat bahwa hasil *mean rank* menunjukkan terdapat perbedaan antar kelompok usia dan pengetahuan responden tentang produk susu terhadap frekuensi pembelian susu cair kemasan 450 mL dan 1000 mL. Kelompok usia >40 tahun dengan keseluruhan tingkat pengetahuan menunjukkan frekuensi pembelian tertinggi yaitu membeli sebanyak 2x seminggu pada kedua ukuran kemasan tersebut dibandingkan dengan 2 kelompok usia yang lain. Sedangkan frekuensi pembelian susu cair kemasan 125 mL, 200 mL, dan 250 mL pada semua kelompok usia dan kategori pengetahuan membeli sebanyak 2x seminggu, akan tetapi terdapat beberapa responden pada ketiga kelompok usia yang berpengetahuan “sangat baik”, memilih “tidak tentu” membeli ketiga jenis kemasan dalam 1 minggu.

Tabel 27. Faktor Pengetahuan Responden terhadap Frekuensi Pembelian Susu Bentuk Bubuk dalam 1 minggu Berdasarkan Ukuran kemasan

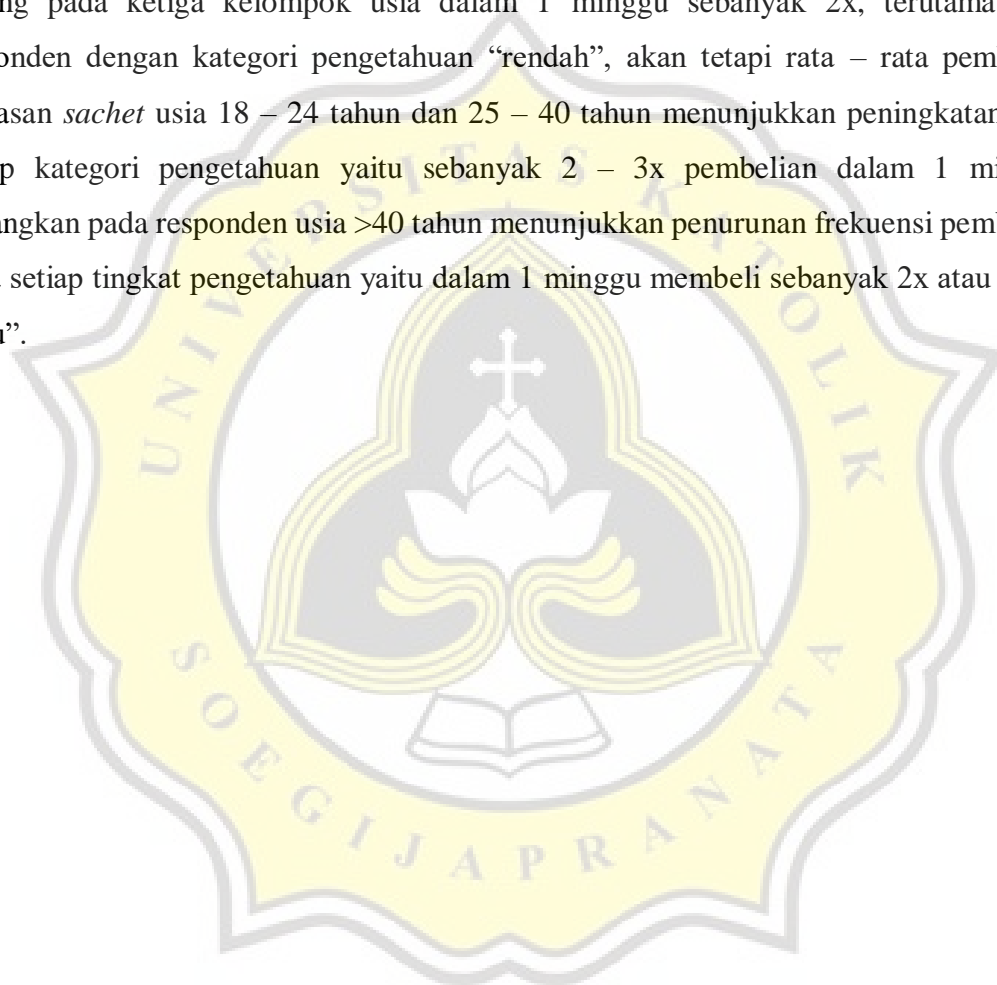
Usia (tahun)	Pengetahuan	Frekuensi Pembelian Susu Bubuk							
		<i>Sachet</i>		<i>Box kecil</i>		<i>Box sedang</i>		<i>Box besar</i>	
		$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank
18 - 24	Rendah	1,60±0.84		1,90±1.10		2,10±1.29		1,80±1.14	
	Sedang	1,85±1.17	167,48 ^a	1,46±0.71	164,16 ^a	1,42±0.79	159,81 ^a	1,27±0.64	153,47 ^a
	Baik	1,74±0.96		1,36±0.53		1,42±0.76		1,32±0.77	
	Sangat Baik	2,33±1.50		1,27±0.46		1,07±0.26		1,20±0.77	
Rendah	1,96±1.08	1,63±0.88		1,92±0.83		1,63±0.77			
25 - 40	Sedang	1,66±0.98	166,71 ^a	1,40±0.68	165,59 ^a	1,40±0.74	174,23 ^a	1,53±0.91	170,53 ^{ab}
	Baik	1,74±1.07		1,46±0.82		1,40±0.65		1,26±0.74	
	Sangat Baik	2,80±1.48		1,40±0.55		1,40±0.89		1,00±0.00	
	Rendah	2,24±1.00		2,00±0.90		1,94±0.93		1,91±0.98	
>40	Sedang	1,82±0.98	177,97 ^a	1,47±0.73	183 ^a	1,45±0.98	179 ^a	1,50±1.13	190,24 ^b
	Baik	1,70±1.07		1,44±0.75		1,56±0.93		1,59±0.89	
	Sangat Baik	1,38±0.52		1,25±0.46		1,25±0.46		1,75±1.04	

Keterangan

*Rata - rata: 1 – 1.50 (tidak tentu); 1.51 – 2.50 (2x seminggu); 2.51 – 3.50 (3x seminggu); 3.51 – 4.50 (4x seminggu); >4.50 (5x seminggu)

*Angka yang diikuti dengan huruf superskrip yang sama menunjukkan tidak ada perbedaan yang nyata di setiap kolom

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 27., dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan antar kelompok usia dan pengetahuan responden tentang produk susu terhadap frekuensi pembelian susu bubuk berdasarkan ukuran *box* besar (650 – 800 gram). Hasil *mean rank* tertinggi adalah responden usia >40 tahun, mereka membeli susu bentuk bubuk kemasan *box* besar dalam 1 minggu sebanyak 2x. Pada kemasan susu bubuk *sachet* (27 – 40 gram), *box* kecil (200 – 400 gram), dan *box* sedang (450 – 600 gram), hasil *mean rank* ketiga kelompok usia tidak berbeda nyata. Rata – rata pembelian kemasan *box* kecil dan *box* sedang pada ketiga kelompok usia dalam 1 minggu sebanyak 2x, terutama pada responden dengan kategori pengetahuan “rendah”, akan tetapi rata – rata pembelian kemasan *sachet* usia 18 – 24 tahun dan 25 – 40 tahun menunjukkan peningkatan pada setiap kategori pengetahuan yaitu sebanyak 2 – 3x pembelian dalam 1 minggu. Sedangkan pada responden usia >40 tahun menunjukkan penurunan frekuensi pembelian pada setiap tingkat pengetahuan yaitu dalam 1 minggu membeli sebanyak 2x atau “tidak tentu”.



Tabel 28. Faktor Pengetahuan Responden terhadap Pemilihan Harga Susu Sapi berdasarkan Jenis Susu

Usia (tahun)	Pengetahuan	Pemilihan Harga berdasarkan Jenis Susu						
		Susu segar	Susu fullcream	Susu low fat	Susu bubuk	Susu Medis	Susu Tulang	Susu Diet
		$\bar{X} \pm \text{stdev}$	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	$\bar{X} \pm \text{stdev}$
18 - 24	Rendah	2,20±0.79 ^a	2,60±0.84 ^a	2,40±0.97 ^a	1,90±0.88 ^a	1,60±1.07 ^a	2,10±0.88 ^a	1,60±0.97 ^a
	Sedang	1,81±0.87 ^a	2,50±0.77 ^a	1,98±1.00 ^a	2,13±1.18 ^a	1,04±0.29 ^a	1,31±0.83 ^a	1,23±0.78 ^a
	Baik	1,86±0.7 ^a	2,44±0.76 ^a	2,06±0.91 ^a	2,06±1.15 ^a	1,14±0.73 ^a	1,34±1.06 ^a	1,38±1.05 ^a
	Sangat Baik	2,00±.20 ^a	2,47±0.83 ^a	1,80±0.86 ^a	2,53±1.46 ^a	1,20±0.77 ^a	1,67±1.23 ^a	1,47±0.99 ^a
25 - 40	Rendah	2,08±0.78 ^a	2,21±0.78 ^a	1,96±0.81 ^a	2,33±1.01 ^a	1,63±0.88 ^b	2,04±1.04 ^b	1,71±0.91 ^b
	Sedang	1,89±0.79 ^a	2,47±0.65 ^a	1,89±0.89 ^a	2,11±1.34 ^a	1,36±0.82 ^b	1,49±0.83 ^b	1,32±0.66 ^b
	Baik	1,86±0.85 ^a	2,46±0.89 ^a	2,09±1.07 ^a	2,31±1.43 ^a	1,31±0.96 ^b	1,54±1.09 ^b	1,57±1.09 ^b
	Sangat Baik	1,40±0.55 ^a	2,00±0.71 ^a	1,40±0.55 ^a	2,20±1.30 ^a	1,60±1.34 ^b	1,20±0.45 ^b	1,00±0.00 ^b
>40	Rendah	2,39±0.97 ^a	2,39±0.90 ^a	2,18±1.13 ^a	2,24±1.12 ^a	1,94±1.00 ^c	2,64±1.27 ^c	1,76±0.71 ^b
	Sedang	1,89±0.86 ^a	2,42±0.95 ^a	1,87±1.04 ^a	1,97±1.13 ^a	1,53±1.01 ^c	2,00±1.19 ^c	1,45±0.86 ^b
	Baik	2,00±0.73 ^a	2,52±0.98 ^a	2,33±1.07 ^a	2,00±1.21 ^a	2,07±1.52 ^c	2,07±1.47 ^c	1,52±1.01 ^b
	Sangat Baik	2,00±1.07 ^a	2,25±1.04 ^a	2,50±1.07 ^a	2,88±1.36 ^a	1,50±1.41 ^c	2,38±1.92 ^c	1,50±1.41 ^b

Keterangan

*Rata - rata: 1 – 1.50 (tidak tentu); 1.51 – 2.50 (Rp 3.000 – Rp 30.000)); 2.51 – 3.50 (Rp 30.100 – Rp 100.000); 3.51 – 4.50 (Rp 100.100 – Rp 250.000); >4.50 (Rp>250.000)

*Angka yang diikuti dengan huruf superskrip yang sama menunjukkan tidak ada perbedaan yang nyata di setiap kolom

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 28., data ditunjukkan sebagai rata – rata frekuensi konsumsi yang dianalisis menurut *mean rank* nya. Hasil *mean rank* ini dilampirkan pada lampiran 6., dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan antar kelompok usia dan pengetahuan responden tentang produk susu dengan pemilihan harga susu medis, susu khusus tulang, dan susu diet. Hasil *mean rank* paling tinggi ditunjukkan oleh kelompok responden yang berusia >40 tahun, dan rata – rata harga produk susu medis, susu khusus tulang, dan susu diet yang dipilih responden adalah Rp 3.000 – Rp 30.000 dan beberapa memilih harga Rp 30.100 – Rp 100.000 pada keseluruhan kategori pengetahuan, sedangkan untuk kedua kelompok usia yang lain sebagian besar memilih harga “tidak tentu” untuk produk susu medis, susu khusus tulang, dan susu diet. Hasil *mean rank* pada produk susu segar, susu *full cream*, susu *low fat*, dan susu bubuk tidak menunjukkan perbedaan nyata pada ketiga kelompok usia, sebagian besar mereka memilih harga Rp 3.000 – Rp 30.000.

Tabel 29. Faktor Pengetahuan Responden Frekuensi Pembelian Produk Susu dalam 1 minggu berdasarkan Tempat Beli

a. Pasar, warung, supermarket

Usia (tahun)	Pengetahuan	Frekuensi Pembelian Produk Susu berdasarkan Tempat Beli					
		Pasar		Warung		Supermarket	
		$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank
18 - 24	Rendah	2,00±0.82		2,50±1.18		3,30±1.25	
	Sedang	1,63±0.79	165,2 ^a	2,06±0.91	179,32 ^b	2,98±1.19	186,85 ^b
	Baik	1,72±0.76		2,12±0.94		3,50±0.93	
	Sangat Baik	1,73±0.80		1,67±0.82		3,27±1.03	
Rendah	1,67±0.76	2,21±0.83		3,33±1.01			
25 - 40	Sedang	1,98±1.05	174,55 ^a	2,06±1.09	176,16 ^{ab}	2,81±1.19	160,86 ^a
	Baik	1,77±0.94		1,97±1.10		2,94±1.30	
	Sangat Baik	1,80±0.45		2,40±1.52		1,80±0.84	
	Rendah	2,00±0.90		2,00±1.15		3,09±1.16	
>40	Sedang	1,68±0.93	172,42 ^a	1,95±1.14	154,34 ^a	2,53±1.27	161,63 ^a
	Baik	1,85±0.86		1,67±0.92		3,19±1.39	
	Sangat Baik	1,38±0.52		1,75±0.89		3,25±1.04	

b. Minimarket dan *online store*

Usia	Pengetahuan	Frekuensi Pembelian Jenis Susu berdasarkan Tempat Beli			
		Minimarket		<i>Online store</i>	
		$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank	$\bar{X} \pm \text{stdev}$	Mean Rank
18 - 24	Rendah	3,20±1.32		1,80±1.32	
	Sedang	3,31±1.13	193,19 ^b	1,44±0.87	177,62 ^b
	Baik	3,34±0.94		1,50±0.91	
	Sangat Baik	3,47±1.19		1,33±0.72	

25 - 40	Rendah	3,17±1.05	168,17 ^a	1,42±0.72	174,97 ^{ab}
	Sedang	2,96±1.27		1,30±0.66	
	Baik	3,06±1.03		1,71±1.15	
	Sangat Baik	3,00±0.7		1,00±0.00	
>40	Rendah	2,79±1.27	146,62 ^a	1,24±0.56	157,55 ^a
	Sedang	2,71±1.23		1,24±0.75	
	Baik	2,78±1.22		1,30±0.61	
	Sangat Baik	2,75±0.89		1,38±1.06	

Keterangan

*Rata - rata: 1 – 1.50 (belum tentu membeli); 1.51 – 2.50 (membeli 1x); 2.51 – 3.50 (membeli 2x); 3.51 – 4.50 (membeli 3x); >4.50 (membeli >3x)

*Angka yang diikuti dengan huruf superskrip yang sama menunjukkan tidak ada perbedaan yang nyata di setiap kolom

Berdasarkan tabel 29., data ditunjukkan sebagai rata – rata frekuensi konsumsi yang dianalisis menurut *mean rank* nya, dari tabel diatas dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan antar kelompok usia dan pengetahuan responden tentang produk susu dengan frekuensi pembelian produk susu pada lokasi pembelian di warung, supermarket, minimarket, dan *online store*. Dari hasil *mean rank* yang tertinggi ditunjukkan oleh kelompok responden berusia 18 – 24 tahun, dengan rata – rata frekuensi pembelian tertinggi dalam 1 minggu sebanyak 1x di warung dan *online store* terutama pada kategori pengetahuan “rendah” – “baik”, sedangkan frekuensi pembelian produk susu di supermarket dan minimarket dalam 1 minggu sebanyak 2x pada seluruh kategori pengetahuan. Pada pembelian produk susu di pasar, hasil *mean rank* tidak menunjukkan perbedaan nyata antar ketiga kelompok usia, rata – rata dalam 1 minggu mereka membeli sebanyak 1x di pasar.

3.5.6. Perbandingan Ketiga Kelompok Usia pada Faktor Penentu terhadap Perilaku Konsumsi Susu Cair dan Bubuk dalam 1 minggu

Tabel 30. Deskripsi Faktor Penentu pada 3 Kelompok Usia Responden terhadap Perilaku Konsumsi Susu Cair dan Bubuk dalam 1 minggu

Usia (tahun)	X ₁ $\bar{X} \pm \text{stdev}$	X ₂ $\bar{X} \pm \text{stdev}$	Y ₁ $\bar{X} \pm \text{stdev}$	Y ₂ $\bar{X} \pm \text{stdev}$	Y ₃ $\bar{X} \pm \text{stdev}$	Y ₄ $\bar{X} \pm \text{stdev}$
18 - 24	13,00±2,11 ^a	3,67±0,92 ^b	11,57±1,90 ^b	14,58±3,86 ^a	12,45±3,48 ^a	11,85±2,78 ^b
25 - 40	15,60±2,11 ^b	3,22±0,99 ^a	11,19±2,38 ^a	15,28±4,72 ^a	12,95±3,98 ^{ab}	11,32±2,62 ^{ab}
>40	16,37±2,29 ^c	3,11±1,10 ^a	11,65±3,12 ^c	16,01±5,70 ^a	14,38±4,92 ^b	10,62±2,72 ^a

Keterangan :

*X₁ (faktor sosial ekonomi); X₂ (Pengetahuan responden mengenai produk susu); Y₁ (frekuensi konsumsi susu cair dan bubuk); Y₂ (pemilihan ukuran kemasan susu cair dan bubuk); Y₃ (pemilihan harga produk susu); Y₄ (pemilihan lokasi pembelian produk susu)

*Angka yang diikuti dengan huruf superskrip yang sama menunjukkan tidak ada perbedaan yang nyata di setiap kolom

Berdasarkan tabel 30., ditunjukkan data rata – rata dan standard deviasi setiap variabel X dan Y. Berdasarkan pengelompokan usia terdapat perbedaan pada variabel X₁, X₂, Y₁, Y₃, dan Y₄. Variabel X₁ yaitu faktor – faktor sosial responden menunjukkan perbedaan, seiring bertambahnya usia maka faktor – faktor sosial juga makin tinggi. Kelompok responden usia >40 tahun rata – rata berpendidikan tinggi, memiliki pendapatan bulanan yang tetap, selain itu mereka juga sudah berkeluarga. Pada variabel X₃ yaitu harga produk, menunjukkan perbedaan nyata antara responden usia 18 – 24 tahun dengan responden usia >40 tahun. Rata – rata tertinggi adalah responden usia >40 tahun, semakin bertambahnya usia maka semakin tinggi pengeluaran untuk membeli produk susu di kisaran harga tertentu. Pada variabel X₄ yaitu lokasi/tempat beli, menunjukkan perbedaan yang nyata antara responden usia 18 – 24 tahun dengan responden usia >40 tahun, dapat dilihat bahwa semakin bertambahnya usia frekuensi pembelian produk susu semakin menurun di beberapa tempat beli. Pengetahuan responden (X₅) menunjukkan perbedaan antar kelompok usia, yaitu semakin menurun seiring bertambahnya usia. Frekuensi konsumsi susu (Y) pada usia 18 – 24 tahun tinggi, namun pada responden usia 25 – 40 tahun cenderung menurun, dan pada responden usia >40 tahun meningkat kembali.

3.6. Hubungan Antara Faktor – Faktor Penentu terhadap Perilaku Konsumsi Susu Cair dan Bubuk pada Tiga Kelompok Usia Responden

Tabel 31. Hubungan Antara Faktor Sosial Ekonomi dan Pengetahuan terhadap Frekuensi Konsumsi Susu Cair dan Bubuk dalam 1 minggu pada Tiga Kelompok Usia Responden

Faktor penentu	Usia (tahun)	Frekuensi Konsumsi							
		Susu segar	Susu <i>full cream</i>	Susu <i>low fat</i>	Susu bubuk	Susu medis	Susu tulang	Susu diet	Y ₁
Pendidikan	18 - 24	0,079	-,182(*)	,217(**)	0,033	-0,017	0,047	0,006	0,06
	25 - 40	-0,019	0,035	,312(**)	-0,108	0,006	-0,004	0,111	0,119
	>40	0,034	,191(*)	,245(**)	,293(**)	0	-0,01	0,081	,250(**)
Pendapatan	18 - 24	0,043	-0,003	-0,031	-0,143	0,048	0,1	0,11	-0,037
	25 - 40	-0,025	-0,014	-0,06	0,058	-0,028	0,001	0,051	-0,018
	>40	0,082	,175(*)	,274(**)	,184(*)	0,043	,247(**)	,264(**)	,290(**)
Anggota keluarga	18 - 24	0,061	-0,005	0,084	0,032	0,129	0,037	0,146	0,096
	25 - 40	0,132	-0,028	0,092	-0,08	0,045	-0,057	0,037	0,036
	>40	0,111	0,047	0,112	0,106	-0,055	0,067	,190(*)	0,089
X1	18 - 24	0,076	-0,081	0,14	0,006	0,092	0,108	0,104	0,088
	25 - 40	0,041	-0,004	,158(*)	-0,048	0,026	-0,035	0,089	0,063
	>40	0,072	,238(**)	,327(**)	,307(**)	0,011	0,134	,288(**)	,315(**)
Pengetahuan (X2)	18 - 24	0,014	0,026	-0,002	0,039	-0,066	-0,052	-0,04	0,068
	25 - 40	-0,061	0,048	0,02	0,033	-0,004	-0,129	-0,051	0,04
	>40	-,190(*)	-0,027	-0,02	0,009	,206(*)	-0,125	-0,026	-0,044

Keterangan :

**) korelasi signifikan pada tingkat 0.01

*) korelasi signifikan pada tingkat 0.05

Berdasarkan hasil olah data tabel 31., dapat dilihat bahwa terdapat hubungan antar variabel X (faktor sosial ekonomi) dengan frekuensi konsumsi susu sapi cair dan bubuk selama 1 minggu. Semakin bertambahnya usia faktor sosial ekonomi semakin berpengaruh terhadap frekuensi konsumsi susu sapi. Tingkat pendidikan, pendapatan/bulan, jumlah anggota keluarga, dan pengetahuan responden responden usia >40 tahun berkorelasi “lemah” dan bernilai positif dengan frekuensi susu *fullcream*, susu *low fat*, susu bubuk, susu diet, susu medis, dan susu khusus tulang, namun pengetahuan responden terhadap frekuensi konsumsi susu segar berkorelasi “lemah” dan bernilai negatif. Sedangkan pada responden usia 25 – 40 tahun tingkat pendidikan berkorelasi “lemah” dan bernilai positif terhadap frekuensi konsumsi susu *full cream* dan susu *low fat*, pada responden usia 18 – 24 tahun, tingkat pendidikan memiliki korelasi “lemah” dan bernilai negatif terhadap frekuensi konsumsi susu *ful cream*. Pada pengetahuan, responden mengenai produk susu usia 18 -24 tahun dan 25 – 40 tahun tidak memiliki hubungan nyata terhadap frekuensi konsumsi susu sapi secara keseluruhan.

Tabel 32. Hubungan Antara Faktor Sosial Ekonomi dan Pengetahuan terhadap Pemilihan Ukuran Kemasan Susu Cair dan Bubuk pada Ketiga Tingkat Usia

a. Frekuensi Pembelian Susu Cair

Faktor penentu	Usia (tahun)	Pemilihan Kemasan Susu Cair dan Bubuk				
		125mL	200mL	250mL	450mL	1000mL
Pendidikan	18 – 24	0,086	0,02	-0,056	-0,055	-0,076
	25 – 40	0,083	-0,131	0,029	-0,003	0,031
	>40	-0,079	0,082	0,094	0,091	0,083
Pendapatan	18 – 24	-0,012	-0,022	-0,076	0,051	0,135
	25 – 40	,176(*)	0,052	0,027	0,035	0,082
	>40	0,087	,166(*)	0,153	0,162	0,139
Anggota keluarga	18 – 24	0,051	-0,032	0,085	0,144	0,018
	25 – 40	0,085	-0,028	0,12	0,041	,167(*)
	>40	,253(**)	0,155	,236(**)	0,141	,181(*)
X1	18 – 24	0,062	0,008	0,004	0,103	0,025
	25 – 40	0,151	-0,04	0,084	0,056	0,131
	>40	0,113	,170(*)	,202(*)	,176(*)	,196(*)
Pengetahuan (X2)	18 – 24	-,215(**)	0,022	0,016	0	,177(*)
	25 – 40	-,234(**)	-0,156	-0,087	-,258(**)	-0,026
	>40	-,249(**)	-0,16	-,230(**)	-0,149	-0,058

b. Frekuensi Pembelian Susu Bentuk Bubuk

Faktor penentu	Usia (tahun)	Pemilihan Kemasan Susu Cair dan Bubuk				Y ₂
		Sachet	box_kecil	box_sedang	box_besar	
Pendidikan	18 – 24	0,032	0,024	0,11	0,046	0,088
	25 – 40	-0,132	0,012	0,02	0,044	0,001
	>40	0,146	0,087	0,052	,201(*)	,173(*)
Pendapatan	18 – 24	-0,091	-0,07	0,021	0,016	-0,021
	25 – 40	0,087	0,127	0,07	,211(*)	,152(*)
	>40	0,12	0,101	,170(*)	,238(**)	,229(**)
Anggota keluarga	18 – 24	-0,069	0,03	,218(**)	0,111	0,102
	25 – 40	0,056	0,107	0,011	0,13	0,105
	>40	,268(**)	,186(*)	,190(*)	0,134	,228(**)
X1	18 – 24	-0,063	0,011	,223(**)	0,102	0,106
	25 – 40	0,02	0,118	0,065	,192(*)	0,127
	>40	,259(**)	0,155	,174(*)	,279(**)	,283(**)
Pengetahuan (X2)	18 – 24	0,035	-0,116	-0,12	-0,046	0,004
	25 – 40	-0,025	-0,113	-,202(*)	-,256(**)	-,170(*)
	>40	-,243(**)	-,259(**)	-,245(**)	-0,154	-,194(*)

Keterangan :

***) korelasi signifikan pada tingkat 0.01

*) korelasi signifikan pada tingkat 0.05

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 32., dapat dilihat bahwa secara keseluruhan faktor sosial ekonomi (tingkat pendidikan, jumlah anggota keluarga, dan pendapatan/bulan) (X₁) responden usia >40 tahun memiliki korelasi yang “lemah” dan bernilai positif terhadap pembelian susu cair dan bubuk pada seluruh ukuran kemasan (Y₂). Sedangkan pada responden usia 25 – 40 tahun, faktor pendapatan dan jumlah anggota keluarga memiliki korelasi “lemah” dan bernilai positif terhadap pembelian susu cair kemasan 125 mL dan 1000 mL, serta pembelian susu bubuk kemasan *box* besar. Faktor jumlah anggota keluarga pada responden usia 18 – 24 tahun berkorelasi “lemah” dan bernilai positif terhadap pembelian susu bubuk kemasan *box* sedang. Secara keseluruhan pengetahuan responden usia 25 – 40 tahun dan >40 tahun memiliki korelasi “lemah” dan bernilai negatif terhadap pembelian keseluruhan ukuran kemasan susu sapi (Y₂), namun pada responden 18 – 24 tahun faktor pengetahuan tidak menunjukkan hubungan terhadap pembelian susu sapi kemasan tertentu.

Tabel 33. Hubungan Antara Faktor Sosial Ekonomi dan Pengetahuan terhadap terhadap Pemilihan Harga Susu Sapi berdasarkan Jenis Susu pada Ketiga Tingkat Usia

Faktor penentu	Usia (tahun)	Pemilihan Harga berdasarkan Jenis Susu							
		Susu segar	Susu <i>full cream</i>	Susu <i>low fat</i>	Susu bubuk	Susu medis	Susu tulang	Susu diet	Y ₃
Pendidikan	18 - 24	-0,02	0,064	,179(*)	0,011	-0,085	-0,023	-0,031	0,093
	25 - 40	-0,091	0,05	,247(**)	-0,023	0,092	0,095	0,12	0,128
	>40	0,005	0,152	,228(**)	,285(**)	0,099	-0,031	0,143	,175(*)
Pendapatan	18 - 24	0,094	-0,033	0,039	-0,142	0,05	0,152	0,071	0,07
	25 - 40	0,037	0,157	0,01	0,127	0,069	0,063	0,063	0,11
	>40	0,136	,199(*)	,313(**)	,264(**)	,208(*)	0,155	,291(**)	,291(**)
Anggota keluarga	18 - 24	0,008	0,022	0,075	-0,057	0,079	0,016	0,115	0,017
	25 - 40	0,143	0,004	0,11	0,043	,215(*)	0,121	,182(*)	0,144
	>40	,186(*)	,174(*)	0,093	0,105	0,117	0,05	,189(*)	,158(*)
X1	18 - 24	0,021	0,005	0,126	-0,061	0,036	0,086	0,066	0,074
	25 - 40	0,053	0,101	,184(*)	0,086	,178(*)	0,127	,172(*)	,191(**)
	>40	0,133	,257(**)	,302(**)	,324(**)	,193(*)	0,078	,296(**)	,297(**)
Pengetahuan (X2)	18 - 24	-0,014	-0,015	-0,039	0,054	-0,093	-0,13	0,034	0,058
	25 - 40	-0,141	0,063	-0,018	-0,051	-,224(**)	-,235(**)	-,177(*)	-0,102
	>40	-,167(*)	-0,029	0,05	-0,041	-0,158	-,176(*)	-,262(**)	-0,092

Keterangan :

**) korelasi signifikan pada tingkat 0.01

*) korelasi signifikan pada tingkat 0.05

Berdasarkan hasil olah data tabel 32., dapat dilihat bahwa faktor tingkat pendidikan memiliki korelasi “lemah” terhadap pemilihan harga susu *low fat* pada responden usia 18 – 24 tahun. Pada responden usia 25 – 40 tahun dan >40 tahun faktor sosial ekonomi (X₁) secara keseluruhan memiliki korelasi “lemah” dan bernilai positif terhadap pemilihan harga produk susu sapi (Y₃). Tingkat pengetahuan responden usia 25 – 40 tahun memiliki hubungan “lemah” dan bernilai negatif terhadap pemilihan harga produk susu medis, susu khusus tulang, dan susu diet. Tingkat pengetahuan responden usia >40 tahun memiliki korelasi “lemah” dan bernilai negatif terhadap pemilihan harga produk susu segar, susu khusus tulang, dan susu diet. Sedangkan tingkat pengetahuan pada responden usia 18 – 24 tahun tidak menunjukkan hubungan terhadap pemilihan harga produk susu sapi.

Tabel 34. Hubungan Antara Faktor Sosial Ekonomi dan Pengetahuan terhadap Pemilihan Tempat Beli pada Ketiga Tingkat Usia

Faktor penentu	Usia (tahun)	Pemilihan Tempat Beli Produk Susu					Y ₄
		Pasar	Warung	Supermarket	Minimarket	Online store	
Pendidikan	18 - 24	,168(*)	0,049	0,016	-0,034	-0,114	0,025
	25 - 40	-,245(**)	-,236(**)	,208(**)	0,007	0,061	-0,066
	>40	-0,122	-0,081	,198(*)	0,145	0,074	0,093
Pendapatan	18 - 24	0,039	-0,029	,193(*)	0,139	0,139	,154(*)
	25 - 40	-,251(**)	-0,001	0,143	0,058	,241(**)	0,054
	>40	-0,078	-0,126	,342(**)	,227(**)	0,131	,193(*)
Anggota keluarga	18 - 24	0,03	0,004	0,08	0,124	-0,007	0,093
	25 - 40	-0,043	-0,104	,198(*)	0,073	0,092	0,09
	>40	0,075	,189(*)	-0,046	0,05	-0,058	0,071
X ₁	18 - 24	0,119	0,018	0,111	0,118	0,001	0,131
	25 - 40	-,258(**)	-,170(*)	,266(**)	0,091	,194(*)	0,049
	>40	-0,055	-0,018	,237(**)	,195(*)	0,076	,171(*)
Pengetahuan (X ₂)	18 - 24	-0,006	-0,115	0,135	0,04	-0,061	0,024
	25 - 40	0,003	-0,094	-0,126	-0,046	0,038	-0,091
	>40	-0,112	-0,096	0,006	0,02	0,036	-0,014

Keterangan :

**) korelasi signifikan pada tingkat 0.01

*) korelasi signifikan pada tingkat 0.05

Berdasarkan olah data tabel 34., dapat dilihat bahwa responden usia 18 – 24 tahun, pada faktor pendidikan dan pendapatan responden memiliki korelasi “lemah” dan bernilai positif terhadap perilaku pembelian produk susu di pasar dan supermarket. Pada responden usia 25 – 40 tahun faktor pendidikan dan pendapatan memiliki korelasi yang “lemah” dan bernilai negatif terhadap perilaku pembelian produk susu di pasar dan warung, akan tetapi faktor pendidikan, pendapatan, dan jumlah anggota keluarga

berkorelasi “lemah” dan bernilai positif terhadap perilaku pembelian produk susu di supermarket dan *online store*. Responden usia >40 tahun secara keseluruhan memiliki korelasi “lemah” dan bernilai positif antara faktor sosial ekonomi (X_1) terhadap perilaku pembelian produk susu di supermarket, Minimarket, dan warung. Secara keseluruhan tingkat pengetahuan tidak memiliki hubungan terhadap pemilihan lokasi pembelian produk susu.

