

ABSTRAK

Hubungan antara Persepsi terhadap Produk Susu Rendah Lemak dan Niat Membeli Produk Susu Rendah Lemak

Juliati Rahayu

Yogyakarta : Fakultas Psikologi

Universitas Sanata Dharma.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara persepsi terhadap produk susu rendah lemak dan niat membeli produk susu rendah lemak. Hipotesis yang diajukan yaitu ada hubungan yang positif antara persepsi terhadap produk susu rendah lemak dan niat membeli produk susu rendah lemak.

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa berusia 18 – 25 tahun dan subjek sedang mengonsumsi susu. Alat pengumpulan data yang digunakan terdiri dari dua alat ukur yaitu skala persepsi terhadap produk susu rendah lemak dan skala niat membeli produk susu rendah lemak yang disusun dengan metode rating yang dijumlahkan.

Data penelitian ini dianalisis dengan teknik dari *Kendall's*. Koefisien korelasi yang diperoleh 0.671 dengan $p = 0.000$ ($p < 0.001$). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima, ini berarti ada hubungan yang signifikan antara persepsi terhadap produk susu rendah lemak dan niat membeli produk susu rendah lemak.

ABSTRACT

Correlation between Reduced-Fat Milk Perception and Intention to Buy Reduced-Fat Milk

Juliati Rahayu

Yogyakarta : Faculty of Psychology

Sanata Dharma University

The purpose of this research is to find out the correlation between reduced-fat milk perception and intention to buy reduced-fat milk. The hypothesis, there is positive correlation between reduced-fat milk perception and intention to buy.

The subject of this research are university student with the age at 18 – 25 years old, whose consumed milk. The data correlation method of this research included reduced-fat milk perception and intention to buy reduced-fat milk scale which was made by the summated rating method.

The data was analyzed using correlation technique by *Kendall's*. The correlation coefficient which is 0.671 by the probability 0.000 ($p < 0.001$). The result of this research points that the hypothesis is accepted, so there is a significant correlation between reduced-fat milk perception and intention to buy reduced-fat milk.