

## ABSTRAK

Kecukupan nutrisi diperlukan untuk pertumbuhan dan perkembangan tubuh anak. Salah satu nutrisi yang dibutuhkan oleh anak adalah makanan cair yang mengandung Simbiotik yang sangat penting untuk menunjang sistem saluran cerna yang sehat agar terhindar dari virus dan bakteri. Kandungan Simbiotik dapat ditemukan dalam formula susu bubuk merek Pediasure Complete. Berdasarkan 10 kuesioner yang disebarakan mengenai pertanyaan umum seputar pembelian susu oleh orang tua bagi anaknya, diperoleh informasi bahwa konsumen membeli suatu produk susu karena konsumen sudah mengetahui produk atau merek tersebut sebelumnya (*familiarity*), salah satu motivasi konsumen dalam membeli sebuah produk susu adalah berdasarkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan yang memproduksinya (*involvement*), konsumen yang sudah cocok terhadap suatu produk susu akan sangat jarang sekali berpindah merek dengan pertimbangan bahwa konsumen tidak mau mengambil resiko bila anaknya harus sakit perut karena berganti-ganti susu (*brand loyalty*), dan konsumen menanggapi perubahan harga yang terjadi pada suatu produk terhadap evaluasi pembelian produk susu bagi anak-anaknya (*price sensitivity*). Pentingnya mengkonsumsi susu untuk memenuhi kebutuhan nutrisi anak dan berdasarkan jawaban dari kuesioner tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh *involvement*, *familiarity*, *brand loyalty*, dan *price sensitivity* terhadap *consumer evaluation* dalam membeli produk susu bubuk merek Pediasure Complete di Surabaya.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Adapun respondennya adalah pengambil keputusan atas pembelian susu bubuk Pediasure Complete yang ditemui peneliti sedang melakukan pembelian susu bubuk Pediasure Complete di Giant, Hypermart dan Carrefour yang berjumlah 100 orang, dengan teknik pengambilan sampel *sampling convenience*. Analisis statistik yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan uji F dan uji t.

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa *involvement*, *familiarity*, *brand loyalty* dan *price sensitivity* secara serentak berpengaruh signifikan terhadap *consumer evaluation* dalam membeli produk susu bubuk Pediasure Complete di Surabaya. Disimpulkan pula bahwa *familiarity*, *brand loyalty* dan *price sensitivity* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *consumer evaluation* dalam membeli produk susu bubuk Pediasure Complete di Surabaya, sedangkan *price sensitivity* secara parsial tidak berpengaruh signifikan. Faktor yang paling berpengaruh dalam *consumer evaluation* pembelian susu Pediasure Complete adalah *involvement*, urutan kedua yang dapat mempengaruhi *consumer evaluation* adalah *familiarity*, dan urutan ketiga adalah *brand loyalty*.

*Key words* : *involvement*, *familiarity*, *brand loyalty*, *price sensitivity*, *consumer evaluation*