

**MINAT BELI SUSU FORMULA**  
**DALAM PERANNYA SEBAGAI PENGGANTI ASI**  
**GUNA MENDUKUNG PEMBERIAN ASI SECARA EKSLUSIF**  
**DI DUSUN BANGSAN SINDUMARTANI**

Mutiaras Isya

NIM. 13071067

**ABSTRAK**

Konsumsi susu formula bagi anak – anak maupun bayi, sudah menjadi bagian yang tak terelakkan di masa ini. Terlepas dari pemberian susu formula untuk anak – anak maupun bayi, hal lain yang berkaitan dalam pelaksanaannya yang tidak bisa dipisahkan adalah pemberiaan asi secara eksklusif. Asi eksklusif sendiri hingga kini masih menjadi isu yang hangat diperbincangkan. Banyak para orang tua, tidak bisa memberikan asi eksklusif kepada anaknya, sehingga susu formula, dianggap dapat digunakan sebagai pengganti asi, agar pemberian asi secara eksklusif, dapat dijalankan. Pada penelitian ini, akan dilihat bagaimana minat beli susu formula, yang merupakan pengganti asi. Perilaku yang muncul, terkait dengan minat beli susu formula disini, merupakan bentuk perilaku yang mereferensikan susu formula kepada orang terdekat. Hal tersebut, berkaitan dengan makin majunya jenis teknologi komunikasi yang memberikan kemudahan dalam menyampaikan referensi susu formula tersebut.

Kata Kunci : Susu Formula, Asi eksklusif, Perilaku konsumen, Minat Beli

**INTEREST BUYING OF MILK FORMULA AS A SUBSTITUTE FOR  
BREASTFEEDING TO SUPPORT EXCLUSIVE BREASTFEEDING**

**IN BANGSAN SINDUMARTANI VILLAGE**

Mutiara Isya

NIM. 13071067

*ABSTRACT*

*Consumption of formula milk for children and infants has become an inevitable part of this period. Apart from formula milk for children and infants, another thing related to the implementation that cannot be separated is exclusive breastfeeding. Exclusive breastfeeding itself is still an issue that is hotly discussed. Many parents cannot give exclusive breastfeeding to their children, so formula milk is considered to be used as a substitute for breast milk, so that exclusive breastfeeding can be carried out. In this research, we will see how the interest in buying formula milk, which is a substitute for breast milk. The behavior that arises, related to the interest in buying formula milk here, is a form of behavior that references formula milk to the closest person. This, related to the increasingly advanced types of communication technology that provides convenience in conveying reference milk formula.*

*Keywords: Formula Milk, Exclusive breastfeeding, Consumer Behavior, Purchase Interest*