

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MINYAK GORENG CURAH DAN MINYAK GORENG KEMASAN
STUDI KASUS PASAR PEUNAYONG KOTA BANDA ACEH
(Factors Affecting Consumer Behavior In The Purchase Of Cooking Oil And Cooking Oil Bulk Packaging Case Study City Market Peunayong Banda Aceh)

Farah Zakia¹, Zakiah¹, Safrida^{1*}

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Syiah Kuala

Abstrak - Minyak goreng merupakan salah satu kebutuhan pokok masyarakat dalam rangka pemenuhan kebutuhan sehari-hari, berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan adalah produk, harga dan promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan di Banda Aceh. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Studi Kasus dengan metode pengambilan sampel dilakukan dengan Accidental Sampling yaitu Pengambilan sampel didasarkan pada kenyataan bahwa mereka kebetulan muncul. Hasil penelitian ini diketahui bahwa produk, harga dan promosi minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan berpengaruh nyata terhadap perilaku konsumen minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan di pasar Peunayong Kota Banda Aceh.

Kata Kunci: Minyak Goreng Curah, Minyak Goreng Kemasan, Perilaku Konsumen, Produk, Harga, Promosi

Abstract - Oil meal is one of the basic needs of people in order to meet daily needs, a variety of factors that influence consumer behavior in purchasing bulk meal oil and meal oil packaging are product, price and promotion. This study aims to determine the factors that influence consumer behavior in purchasing bulk meal oil and meal oil packaging in Banda Aceh. The method used in this research is a case study with the sampling method accidental sampling is done by sampling was based on the fact that they happen to appear. The results of this research note that the product, price and promotion of bulk meal oil and meal oil packaging significantly affect consumer behavior meal oil, bulk and packaged meal oil in the Peunayong market Banda Aceh.

Keywords: Bulk Meal Oil, Meal Oil Packaging, Consumer Behavior, Product, Price, Promotion

PENDAHULUAN

Minyak goreng merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia sebagai alat pengolahan bahan-bahan makanan. Minyak goreng berfungsi sebagai media penggorengan sangat penting dan kebutuhannya semakin meningkat. Minyak dapat bersumber dari tanaman, misalnya minyak zaitun, minyak jagung, minyak kelapa, dan minyak biji bunga

matahari. Minyak juga dapat bersumber dari hewan, misalnya sarden, ikan paus, *tallow* (minyak dari sapi) (Ketaren, 1986).

Minyak goreng adalah salah satu kebutuhan pokok masyarakat Indonesia dalam rangka pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Minyak goreng berfungsi sebagai medium penghantar panas, menambah rasa gurih, menambah nilai gizi dari kalori dalam bahan pangan seperti minyak goreng dan margarin. Minyak goreng yang di konsumsi sehari-hari sangat erat kaitannya dengan kesehatan (Sutiah, dkk, 2008).

Sebagian besar masyarakat harus mempunyai sejumlah keputusan dalam menggunakan barang dan jasa baik itu dalam jumlah kecil maupun besar, demikian juga dengan minyak goreng. Sejumlah keputusan pembelian terhadap minyak goreng merupakan keputusan yang paling sederhana. Produk minyak goreng hanya 2 type, yaitu minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah. Namun konsumen selalu membeli merek dan type yang sama karena dipengaruhi pendapatan, tingkat harga, mutu, selera dan lain-lain.

Minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan merupakan sama-sama hasil dari proses industri namun berbeda dari kualitas prosesnya. Minyak goreng curah hanya diolah sekali dan mengandung lemak jenuh lebih banyak sehingga kurang sehat untuk kita. Selain itu, pendistribusian minyak goreng curah dari pabrik ke eceran melalui rantai distribusi yang panjang, sehingga dikhawatirkan aspek higienis minyak curah kurang layak dan tidak memadai untuk konsumen. Meskipun minyak goreng kemasan banyak beredar di pasaran dan kian gencar melakukan promosi tetapi minat konsumen terhadap minyak goreng curah masih tergolong tinggi. Padahal dari segi kualitas dan kebersihan, minyak goreng curah masih lebih rendah dari minyak goreng kemasan. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan di Banda Aceh.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah *Studi Kasus*. *Studi kasus* merupakan suatu penelitian serangkaian kegiatan yang dilakukan dengan sungguh-sungguh dengan penuh perhatian terhadap suatu fenomena aktual yang menjadi fokus perhatian terhadap sesuatu. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling* yaitu pengambilan sampel didasarkan pada kenyataan bahwa mereka kebetulan muncul. Penelitian ini dilakukan pada toko yang ada di daerah peunayong. Sample yang digunakan yaitu 60 responden dengan pembagian 30 responden untuk minyak goreng curah dan 30 responden untuk minyak goreng kemasan. Analisis data dalam penelitian ini di lakukan dengan Regresi Biner Logistik.

Regresi Biner Logistik

Regresi biner logistik digunakan untuk melihat pengaruh sejumlah variabel *independen* (X_1, X_2, \dots, X_4) terhadap variabel *dependen* Y yang berupa variabel response biner yang hanya mempunyai dua nilai (Singgih, 2010).

Bentuk umum model peluang regresi biner logistik dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$p(x) = \frac{\exp(\beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_n x_n)}{1 + \exp(\beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_n x_n)}$$

Dengan:

$p(x)$ = Perilaku Konsumen, dimana 1 untuk suka serta 0 untuk tidak suka

\exp = Eksponen

Untuk memperoleh fungsi linear didapat persamaan yang lebih sederhana sebagai berikut:

$$Y = \ln \left[\frac{p(x)}{1-p(x)} \right] = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana:

- Y = Perilaku Konsumen (Variabel dependen)
- $p(x)$ = Peluang
- β_0 = *Intercept*
- X_1 = Produk (skor)
- X_2 = Harga (skor)
- X_3 = Promosi (skor)
- e = Errors

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini karakteristik sampel yang di ambil yaitu konsumen minyak goreng curah dan kemasan di Kota Banda Aceh. Batasan pelaku dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengkonsumsi minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan. Adapun karakteristik yang diambil adalah latar belakang reponden yang terdiri dari umur, pekerjaan, serta pengalaman mengkonsumsi minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan.

Tabel 1. Karakteristik Responden Minyak goreng Curah dan Minyak Goreng Kemasan Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Minyak	Jenis Kelamin	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1	Minyak Curah	Laki-Laki	11	37
		Perempuan	19	63
		Jumlah	30	100
2	Minyak Kemasan	Laki-Laki	17	57
		Perempuan	13	43
		Jumlah	30	100

Sumber: Data Primer (diolah 2016)

Tabel 2, menjelaskan bahwa responden yang diambil atau ditemui lebih banyak berjenis kelamin Perempuan dari pada laki-laki, hal ini dikarenakan perempuan mempunyai kecenderungan lebih sering membeli minyak goreng untuk kebutuhan sehari-hari dibandingkan dengan laki-laki, Untuk minyak goreng kemasan lebih banyak berjenis kelamin laki-laki dibanding perempuan, hal ini dikarenakan umumnya laki-laki lebih dalam membeli suatu produk lebih mengutamakan kebersihan, tanpa memperdulikan tingginya harga.

Dari Tabel 2, diketahui bahwa responden minyak goreng curah paling banyak bekerja sebagai wiraswasta hal ini dapat dilihat dengan jumlah responden sebanyak 12 responden dengan persentase sebesar 40%. Biasanya wiraswasta bekerja selama 7 jam kerja dalam sehari dengan kesibukan pekerjaan yang dihadapi maka akan lebih praktis memilih mengkonsumsi suatu produk di karenakan sudah terbiasa mengkonsumsi minyak curah dengan harga yang terjangkau. Sedangkan untuk responden minyak goreng kemasan paling banyak bekerja sebagai Pegawai negeri hal ini dapat dilihat dengan jumlah responden sebanyak 10 orang dengan persentase sebesar 34%. Dengan kesibukan pekerjaan yang dihadapi maka akan lebih praktis memilih mengkonsumsi suatu produk karena sudah terbiasa mengkonsumsi minyak kemasan dengan harga yang terjangkau.

Tabel 2. Karakteristik Responden Minyak goreng Curah dan Minyak Goreng Kemasan Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Jenis Minyak	Jenis Pekerjaan	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1	Minyak Curah	Pegawai Negeri	9	30
		Pegawai Swasta	6	20
		Wiraswasta	12	40
		Lain-lain (IRT, Mahasiswa)	3	10
		Jumlah	30	100
2	Minyak Kemasan	Pegawai Negeri	10	34
		Pegawai Swasta	8	27
		Wiraswasta	7	23
		Lain-lain (IRT, Mahasiswa)	5	16
		Jumlah	30	100

Sumber: Data Primer (diolah) 2016

Berdasarkan Tabel 3, persentase pengalaman konsumsi responden minyak goreng curah yang terbanyak antara 11-15 tahun sebanyak 13 responden dengan persentase 44%. Rata-rata responden sudah mengkonsumsi minyak goreng ini dan responden sangat mengenal minyak goreng yang dikonsumsinya, sehingga konsumen tertarik dengan mengkonsumsi minyak goreng curah. Lamanya pengalaman konsumsi menunjukkan bahwa responden cukup setia dengan produk tersebut. Persentase pengalaman konsumsi responden minyak goreng kemasan yang kurang dari < 5 tahun sebesar 11 responden dengan persentase 36%. Rata-rata responden sudah mengkonsumsi minyak goreng ini dan responden sangat mengenal minyak goreng yang dikonsumsinya sehingga konsumen merasa puas dengan produk minyak goreng kemasan. Lamanya pengalaman konsumsi menunjukkan bahwa responden cukup setia dengan produk tersebut.

Tabel 3. Karakteristik Responden Minyak goreng Curah berdasarkan Pengalaman Konsumsi

No.	Jenis Minyak	Pengalaman Konsumsi (Tahun)	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1	Minyak Curah	≤ 5	4	14
		6-10	8	27
		11-15	13	44
		≥ 16	5	15
		Jumlah	30	100
2	Minyak Kemasan	≤ 5	11	36
		6-10	9	30
		11-15	7	24
		≥ 16	3	10
		Jumlah	30	100

Sumber: Data Primer (diolah) 2016

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap kuesioner yang digunakan untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap pembelian minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah di Kota Banda Aceh, kuesioner terdiri dari 15 pertanyaan untuk minyak curah dan 16 pertanyaan untuk minyak goreng kemasan. Uji signifikansi

dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n - k$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Pada uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini jumlah sampel (n) = 60 dan besarnya df dapat dihitung $60 - 3 = 57$ dengan tingkat signifikansi 0,05% maka nilai r tabelnya adalah 0,2564. Hasil dari uji validitas kuesioner dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil dari Uji Validitas Kuesioner untuk Minyak Goreng Curah

Variabel	Pertanyaan	r Tabel	r Hitung	Keterangan
Produk	1	0,2564	0,431	Valid
	2	0,2564	0,574	Valid
	3	0,2564	0,373	Valid
	4	0,2564	0,590	Valid
Harga	1	0,2564	0,610	Valid
	2	0,2564	0,302	Valid
	3	0,2564	0,348	Valid
	4	0,2564	0,460	Valid
Promosi	1	0,2564	0,580	Valid
	2	0,2564	0,709	Valid
	3	0,2564	0,409	Valid
	4	0,2564	0,462	Valid
Perilaku Konsumen	1	0,2564	0,637	Valid
	2	0,2564	0,663	Valid
	3	0,2564	0,692	Valid

Sumber Data Primer (diolah) 2016

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa kuesioner yang digunakan sudah valid karena nilai r hitung setiap item pertanyaan lebih besar dari nilai r tabel. Sedangkan hasil dari uji reliabilitas kuesioner dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Hasil dari Uji Reliabilitas Kuesioner untuk Minyak Goreng Curah

Variabel	Pertanyaan	r Tabel	Cronbach α	Keterangan
Produk	1	0,2564	0,618	Reliable
	2			
	3			
	4			
Harga	1	0,2564	0,601	Reliable
	2			
	3			
	4			
Promosi	1	0,2564	0,690	Reliable
	2			
	3			
	4			
Perilaku Konsumen	1	0,2564	0,746	Reliable
	2			
	3			

Sumber Data Primer (diolah) 2016

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa kuesioner yang digunakan juga sudah *reliable* atau konsisten karena nilai *Cronbach Alpha* (α) > r tabel. Uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan sudah berdasarkan dasar pengambilan keputusannya masing-masing.

Tabel 6. Hasil dari Uji Validitas Kuesioner untuk Minyak Goreng Kemasan

Variabel	Pertanyaan	r Tabel	r Hitung	Keterangan
Produk	1	0,2564	0,309	Valid
	2	0,2564	0,696	Valid
	3	0,2564	0,637	Valid
	4	0,2564	0,313	Valid
	5	0,2564	0,379	Valid
Harga	1	0,2564	0,629	Valid
	2	0,2564	0,356	Valid
	3	0,2564	0,619	Valid
	4	0,2564	0,584	Valid
Promosi	1	0,2564	0,717	Valid
	2	0,2564	0,510	Valid
	3	0,2564	0,706	Valid
	4	0,2564	0,276	Valid
Perilaku Konsumen	1	0,2564	0,539	Valid
	2	0,2564	0,776	Valid
	3	0,2564	0,748	Valid

Sumber Data Primer (diolah) 2016

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa kuesioner yang digunakan sudah valid karena nilai r hitung setiap item pertanyaan lebih besar dari nilai r tabel. Sedangkan hasil dari uji reliabilitas kuesioner dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Hasil dari Uji Reliabilitas Kuesioner untuk Minyak Goreng Kemasan

Variabel	Pertanyaan	r Tabel	Cronbach α	Keterangan
Produk	1	0,2564	0,638	Reliable
	2			
	3			
	4			
	5			
Harga	1	0,2564	0,672	Reliable
	2			
	3			
	4			
Promosi	1	0,2564	0,704	Reliable
	2			
	3			
	4			
Perilaku Konsumen	1	0,2564	0,760	Reliable
	2			
	3			

Sumber Data Primer (diolah) 2016

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa kuesioner yang digunakan juga sudah *reliable* atau konsisten karena nilai *Cronbach Alpha* (α) > r tabel. Uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan sudah berdasarkan dasar pengambilan keputusannya masing-masing.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam pembelian Minyak Goreng Curah dan Minyak Goreng Kemasan

Berdasarkan hasil analisis regresi biner logistik terhadap 60 responden, maka berikut merupakan tabel yang menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam pembelian minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah di Banda Aceh.

Tabel 8. Hasil Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam pembelian Minyak Goreng Curah di Kota Banda Aceh

Variabel	Koefisien	Std.Error	Sig.	Exp (B)
Produk (X ₁)	2.069	0.414	0.009	2.564
Harga(X ₂)	0.418	0.333	0.002	0.867
Promosi(X ₃)	0.617	0.296	0.003	1.870
Constant	16.026	11.239	0.154	.000

$$Y = \ln \left[\frac{p(x)}{1-p(x)} \right] = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$= 16.026 + 2.069 X_1 + 0.418 X_2 + 0.617 X_3$$

Pada Tabel 8 diketahui bahwa variabel *independent* berpengaruh signifikan (nyata) adalah produk (X₁) variabel harga (X₂) dan promosi (X₃) berpengaruh signifikan (nyata) terhadap perilaku konsumen minyak goreng curah, hal ini ditunjukkan dari nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05.

Produk Minyak Goreng Curah

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar. Minyak goreng curah merupakan minyak goreng yang dijual ke pasar tanpa menggunakan merek dan label produk yang biasanya ditempatkan di dalam jerigen atau drum yang dijual kepada konsumen secara eceran. Kebanyakan konsumen yang mengkonsumsi minyak goreng curah selain untuk kebutuhan rumah tangga tetapi juga untuk kebutuhan berjualan, seperti, warung nasi, jualan kue berjenis goreng-gorengan dan sebagainya. Sehingga menjadikan minyak goreng curah tersebut selalu di minati oleh konsumen.

Produk merupakan variabel yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam pembelian minyak goreng curah, ini ditunjukkan dari nilai signifikansi variabel produk yang bernilai (0.009). Artinya, semakin baik produk maka akan meningkatkan perilaku konsumen. Faktor produk yang sesuai dengan selera konsumen dapat mendorong keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Dari data hasil penelitian diperoleh bahwa variabel produk (X₁), harga (X₂) dan promosi (X₃) berpengaruh nyata terhadap perilaku konsumen (Y). Hal ini terjadi karena produk dari minyak goreng curah merupakan produk yang sangat di butuhkan oleh kalangan konsumen rumah tangga, selanjutnya harga yang di pasarkan di pasaran merupakan harga yang ekonomis sesuai dengan kualitasnya.

Harga Minyak Goreng Curah

Harga minyak goreng curah tergolong murah atau ekonomis, sehingga dapat diterima dan dijangkau oleh berbagai kalangan masyarakat di Kota Banda Aceh. Harga eceran minyak curah padatoklo klontong hanya berkisar Rp.11.500 per kg. diketahui bahwa konsumen setuju bahwa harga yang berdasarkan keterjangkauan harga dan kesesuaian harga dengan kualitas produk yang ditawarkan dapat mempengaruhi mereka dalam memilih dan membeli produk minyak goreng curah.

Konsumen setuju di karenakan harga suatu barang menjadi penentu bagi permintaan pasar, harga juga dapat mempengaruhi program pemasaran harga ini juga sering dijadikan indikator kualitas bagi konsumen, selain lebih ekonomis juga harga tersebut dapat di jangkau oleh konsumen dari berbagai kalangan.

Harga merupakan variabel yang berpengaruh nyata terhadap perilaku konsumen minyak goreng curah dilihat dari nilai signifikansi variabel harga yang bernilai (0.002). Hal ini dapat dijelaskan karena konsumen sudah sangat suka dengan produk (sesuai dengan selera konsumen). Dengan demikian, naik turunnya harga tidak mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan untuk memilih dan mengkonsumsi minyak goreng curah tersebut. Dalam artian, walaupun harga naik, konsumen akan tetap memilih dan mengkonsumsi minyak goreng curah ini karena konsumen sudah menemukan kepuasan yang dicarinya.

Promosi Minyak Goreng Curah

Produk dari minyak goreng curah tidak di perlukan promosi karena tanpa adanya promosi, konsumen tetap berminat mengkonsumsi minyak goreng curah. Diketahui bahwa konsumen setuju bahwa promosi yang berdasarkan waktu promosi dan kualitas dari iklan dapat mempengaruhi mereka dalam memilih dan mengkonsumsi produk dari minyak goreng curah.

Promosi merupakan variabel yang berpengaruh terhadap minyak curah perilaku konsumen dalam pembelian minyak goreng curah Kota Banda Aceh. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi variabel promosi yaitu (0.003) artinya promosi mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian minyak goreng curah. Dari jawaban wawancara dengan konsumen (responden) diketahui bahwa, responden beranggapan tidak banyak kegiatan promosi yang dilakukan oleh pihak produsen minyak goreng curah.

Dan dari Classification Tabel di ketahui bahwa model regresi logistik yang di gunakan telah cukup baik, karena model ini mampu memprediksikan 90,0 % sesuai dengan kondisi yang terjadi di lapangan.

Tabel 9. Hasil Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam pembelian Minyak Goreng Kemasan di Kota Banda Aceh

Variabel	Koefisien	Std.Error	Sig.	Exp (B)
Produk (X ₁)	1.124	0.533	0.013	3.342
Harga(X ₂)	0.629	0.459	0.024	2.030
Promosi(X ₃)	0.498	0.444	0.046	2.145
Constant	22.962	14.388	0.018	.000

$$Y = \ln \left[\frac{p(x)}{1-p(x)} \right] = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$= 22.962 + 1.124 X_1 + 0.629 X_2 + 0.498 X_3$$

Pada Tabel 10 diketahui bahwa variabel *independent* berpengaruh signifikan (nyata) adalah produk (X₁) dan harga (X₂) dan promosi (X₃) minyak goreng kemasan karena memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Produk Minyak Goreng Kemasan

Produk dari minyak goreng kemasan di lihat dari tingkat ke higienisan dan bentuk kemasannya. Semakin banyak konsumen menggunakan minyak goreng kemasan karena konsumen sekarang lebih memperhatikan tingkat kandungan gizi dari minyak itu sendiri sehingga konsumen tidak salah langkah dalam memilih mengkonsumsi minyak tersebut. Dan diketahui pula bahwa konsumen setuju, bahwa produk berdasarkan tingkat informasi kandungan gizinya jelas dengan selera dan merek dari minyak goreng tersebut yang sudah cukup dikenal luas.

Produk merupakan variabel yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam pembelian minyak goreng kemasan dan ini ditunjukkan dari nilai signifikansi variabel produk yang bernilai (0.013). Artinya, semakin baik produk maka akan meningkatkan perilaku

konsumen. Faktor produk berdasarkan citarasa yang sesuai dengan selera konsumen dapat mendorong keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Harga Minyak Goreng Kemasan

Harga dari minyak goreng kemasan antara harga Rp.14.000/kg. Pemakai minyak goreng kemasan kepastian harga sangat penting dalam mempengaruhi konsumen karena apabila harga yang sudah pasti sesuai dengan produk yang ditawarkan, maka konsumen akan merasa tertarik dan akan membeli produk tersebut.

Harga merupakan variabel yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen minyak goreng kemasan dilihat dari nilai signifikansi variabel harga yang bernilai (0.024). Hal ini dapat dijelaskan karena konsumen sudah sangat suka dengan produk ini. Dengan demikian, naik turunnya harga tidak mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan untuk memilih dan mengkonsumsi minyak goreng kemasan tersebut. Dalam artian, walaupun harga naik, konsumen akan tetap memilih dan mengkonsumsi minyak goreng kemasan ini karena konsumen sudah menemukan kepuasan yang dicarinya.

Promosi Minyak Goreng Kemasan

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan pihak produsen untuk memperkenalkan produk dari minyak goreng kemasan. Promosi dilakukan melalui media cetak dan elektronik. Promosi melalui media cetak dilakukan dengan memasang iklan di surat kabar/koran, sedangkan promosi melalui media elektronik dilakukan dengan menyiarkan iklan di radio. Selain itu, pada acara bazaar ataupun pameran yang di adakan di beberapa tempat pihak produsen juga ikut memamerkan produk minyak goreng kemasan ini dengan tujuan akan menarik minat konsumen untuk mengkonsumsi serta meningkatkan penjualan.

Promosi merupakan variabel yang berpengaruh terhadap minyak goreng kemasan perilaku konsumen dalam pembelian minyak goreng kemasan di Kota Banda Aceh. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai signifikansi variabel promosi yang bernilai positif (0.046) artinya promosi mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian minyak goreng kemasan. Responden rata-rata mengenal minyak goreng kemasan ini melalui promosi langsung dari konsumen yang lebih dulu mengenal minyak goreng kemasan ini, baik itu dari keluarga, dari media elektronik sehingga faktor promosi berdasarkan waktu promosi dan kualitas iklan yang digunakan tidak mempengaruhi mereka dalam memilih minyak goreng curah untuk dikonsumsi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu:

Untuk minyak goreng curah faktor variabel produk (X_1) harga (X_2) dan promosi (X_3) berpengaruh terhadap perilaku konsumen (Y). Harga minyak goreng curah yang ekonomis dapat diterima oleh berbagai kalangan masyarakat di Kota Banda Aceh. Promosi minyak goreng curah yang dilakukan tanpa media elektronik juga tidak kalah saing dengan minyak goreng kemasan karena tanpa melalui promosi minyak goreng curah selalu menjadi daya tarik sendiri bagi konsumen untuk membelinya. Untuk minyak goreng kemasan faktor variabel produk (X_1) harga (X_2) promosi (X_3) dan berpengaruh nyata terhadap perilaku konsumen (Y). Harga minyak goreng kemasan yang terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang didapat dari minyak ini sehingga dapat diterima oleh masyarakat di Kota Banda Aceh. Promosi minyak goreng kemasan baik melalui media elektronik sesuai dengan harapan konsumen. Diantara ketiga faktor yang berpengaruh tersebut, ketiganya mempunyai pengaruh dominan yaitu produk, harga dan promosi.

Mengingat bahwa produk, harga, dan promosi dari pembelian minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah merupakan faktor yang paling mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengonsumsi minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan di sarankan agar terus menjaga kestabilan produk berdasarkan harga yang sesuai dengan selera konsumen. Selain itu penetapan harga harus disesuaikan dengan kualitas produk sehingga kepercayaan untuk memilih dan kepuasan dalam mengonsumsi kedua minyak goreng ini terus dirasakan oleh konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ketaren, S. 1986. Pengantar Teknologi Minyak dan Lemak Pangan. Cetakan Pertama. Jakarta : UI-Press.
- Santoso, Singgih, “ Panduan Lengkap Menguasai Statistik dengan SPSS 17.” (Jakarta :Penerbit PT. Elex Media Komputindo, 2010).
- Sutiah, dkk, 2008. Studi Kualitas Minyak Goreng Dengan Parameter Viskositas dan Indeks Bias, Jurnal Fisika Volume II No 2. FMIPA Universitas Diponegoro.