

FAKTOR –FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN MINYAK GORENG KEMASAN DAN CURAH DI PASAR BEUREUNUEN KECAMATAN MUTIARA

Nadilla¹, Al- Asri Abubakar², Junaidi³

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Universitas Jabal Ghafur - Aceh

E-mail: nadillamila194@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana factor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap pembelian minyak goreng kemasan dan curah di pasar Beureunuen Kecamatan Mutiara. Penelitian dilaksanakan pada bulan maret 2021. Adapun sampel penelitian sebanyak 60 dari populasi keseluruhan konsumen yang membeli minyak goreng kemasan dan curah. Pengumpulan data menggunakan pengamatan, kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Metode analisi yang digunakan yaitu analisis kuantitatif dengan metode regresi linear berganda digunakan untuk melihat pengaruh antara variable X dan Y. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa Koefesien variabel harga mempunyai pengaruh positif terhadap minat pembelian minyak goreng kemasan dengan koefisien sebesar 1,030. variabel harga (X1) sebesar 0.26 dengan nilai signifikasi $0.26 < 0.05$. Hal ini menunjukkan variabel berpengaruh terhadap harga pembelian minyak kemasan. Koefesien variabel kualitas tidak berpengaruh terhadap minat pembelian minyak goreng kemasan dengan koefisien sebesar 0,029. variabel kualitas (X2) sebesar 887 dengan nilai signifikasi $.887 > 0.05$. Hal ini menunjukkan variabel kualitas tidak berpengaruh terhadap pembelian minyak goreng kemasan. Koefesien variabel harga mempunyai pengaruh positif terhadap minat pembelian minyak goreng curah dengan koefisien sebesar 0.189. variabel harga (X1) sebesar 0.627 dengan nilai signifikasi $0.627 > 0.05$. Hal ini menunjukkan variabel tidak berpengaruh terhadap harga pembelian minyak goreng curah, Koefesien variabel kualitas berpengaruh terhadap minat pembelian minyak goreng curah dengan koefisien sebesar 0,342. variabel kualitas (X2) sebesar 0,013 dengan nilai signifikasi $0,013 < 0.05$. Hal ini menunjukkan variabel kualitas berpengaruh terhadap pembelian minyak goreng curah karena konsumen melihat minyak goreng curah hal ini dikarnakan konsumen tidak akan membeli jika kualitas minyak goreng curah tidak bagus seperti warna minyak menjadi keruh.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Minyak Goreng Kemasan, Minyak Goreng Curah

ABSTRACT

This study aims to determine how the factors that influence consumer behavior towards purchasing packaged and bulk cooking oil in the Beureunuen market, Mutiara District. The research was carried out in March 2021. The research sample was 60 from the entire population of consumers who bought packaged and bulk cooking oil. Collecting data using observations, questionnaires, interviews, and documentation. The analytical method used is quantitative analysis with multiple linear regression method used to see the effect between variables X and Y. price variable (X1) is 0.26 with a significance

value of $0.26 < 0.05$. This shows that the variable has an effect on the purchase price of packaged oil. The quality variable coefficient has no effect on the purchase intention of packaged cooking oil with a coefficient of 0.029. the quality variable (X2) is 887 with a significance value of $.887 > 0.05$. This shows that the quality variable has no effect on the purchase of packaged cooking oil. The coefficient of the price variable has a positive influence on the purchase intention of bulk cooking oil with a coefficient of 0.189. price variable (X1) is 0.627 with a significance value of $0.627 > 0.05$. This shows that the variable has no effect on the purchase price of bulk cooking oil, the coefficient of quality variable affects the purchase intention of bulk cooking oil with a coefficient of 0.342. the quality variable (X2) is 0.013 with a significance value of $0.013 < 0.05$. This shows that the quality variable affects the purchase of bulk cooking oil because consumers see bulk cooking oil, this is because consumers will not buy if the quality of bulk cooking oil is not good, such as the color of the oil becomes cloudy.

Keywords: Consumer Behavior, Packaged Cooking Oil, Bulk Cooking Oil

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Minyak goreng salah satu komoditas dari sembilan bahan pokok yang cukup penting peranannya dalam perekonomian Indonesia. Hal ini didasarkan pada pengalaman selama ini yang menunjukkan bahwa kelangkaan minyak goreng dapat menyebabkan timbulnya dampak ekonomis dan politis yang cukup berarti bagi perekonomian nasional. Oleh karena, itu minyak goreng dikategorikan sebagai komoditas yang cukup strategis. Selain ekonomis, minyak goreng juga merupakan komoditas yang bersifat multiguna karena minyak goreng termasuk dalam komoditas pangan yang dapat dikonsumsi langsung atau menjadi bahan baku untuk banyak industri. Aminah, S. 2010

Alyas et al (2011) menyatakan bahwa minyak goreng yang beredar di masyarakat terdiri dari dua kategori yaitu minyak goreng curah dan kemasan. Minyak goreng curah adalah minyak goreng yang tidak memiliki merek dan biasanya dijual dalam

satuan massa (kilogram). Sedangkan minyak goreng kemasan adalah minyak goreng yang memiliki merek yang biasanya dikemas dalam bentuk botol plastik dan jerigen. Minyak goreng kemasan umumnya memiliki warna yang bening dan tidak membeku pada suhu kamar, sedangkan minyak goreng curah umumnya memiliki warna kuning bercampur putih dan terkadang membeku di suhu kamar. Peralihan pola konsumsi masyarakat dari minyak goreng curah ke minyak goreng kemasan pun semakin besar. Minyak goreng yang dikemas dalam botol atau plastik dianggap lebih bersih dan higienis oleh masyarakat daripada minyak goreng yang dijual eceran oleh pedagang keliling atau pasar tradisional yang ditempatkan di dalam jerigen dan drum. Hal ini membuka lebar peluang pasar bagi industri minyak goreng bermerek.

Kota Beureunuen merupakan kota yang letak di Provinsi Aceh, dengan kecenderungan penduduk yang beragam dalam memilih produk termasuk bahan pokok, Minyak goreng dapat berpengaruh cukup signifikan terhadap suatu produk yang proses

pengolahannya menggunakan minyak goreng khususnya bagi industri makanan. Produksi minyak sawit harus dapat terus memenuhi permintaan industri minyak goreng sawit yang bahan baku utamanya menggunakan minyak sawit. Di Beureunuen termasuk salah satu pasar yang tentunya juga membutuhkan minyak goreng untuk kebutuhan konsumsi dalam penggunaan rumah tangga ataupun untuk berdagang. Hal ini dikarenakan konsumen lebih memilih pada minyak goreng yang curah dibandingkan minyak goreng kemasan. Akan tetapi, walaupun konsumen banyak memilih mengkonsumsi minyak goreng curah, banyak juga konsumen tetap bertahan terhadap minyak goreng kemasan yang dikarenakan kualitasnya sudah terjamin bagus. Saat ini kita bisa lihat maraknya produk minyak goreng kemasan yang beredar di pasar Beureunuen. Produk minyak goreng kemasan itu diantaranya: Bimoli, Sania, Sunco dan lain-lain. Meskipun minyak goreng curah memiliki harga yang relative murah dan kian marak beredar di pasar Beureunuen, minat konsumen untuk membeli minyak goreng kemasan masih ada. Dari permasalahan tersebut, maka perlu adanya pemahaman lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pembelian konsumen terhadap minyak goreng kemasan dan curah. Meskipun minyak goreng kemasan kian marak di pasaran Beureunuen, namun masih tergolong tinggi konsumen yang memilih minyak goreng curah untuk dikonsumsi. Dengan adanya pilihan produk tersebut maka menjadi perlu untuk diteliti faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian minyak goreng kemasan dan curah di pasar Beureunuen.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk mengambil judul **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Minyak Goreng Kemasan Dan Curah Di Pasar Beureunuen Kecamatan Mutiara.**

Identifikasi Masalah

Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi pengambilan keputusan terhadap pembelian minyak goreng kemasan dan curah ?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah Menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi dalam proses pengambilan keputusan dalam pembelian minyak goreng kemasan dan curah.

Hipotesis

Di duga harga dan kualitas berpengaruh terhadap pembelian minyak goreng kemasan dan curah di pasar Beureunuen Kecamatan Mutiara.

METODE PENELITIAN

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan Analisis data kuantitatif. Analisis kuantitatif adalah pendekatan ilmiah terhadap pengambilan keputusan manajerial dan ekonomi yang kemudian diproses dan menjadi informasi yang bermanfaat.

Alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dikemukakan mengenai pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian minyak goreng kemasan

dan curah di Pasar Beureunuen Kecamatan Mutiara Kabupaten Pidie digunakan persamaan regresi linear berganda dengan menggunakan alat bantu *software 21.0 for windows* yaitu suatu program statistik yang mampu memproses data statistik secara cepat dan tepat menjadi berbagai output yang dikehendaki para pengambilan keputusan tanpa mengurangi ketepatan hasil outputnya (Ghozali, 2016).

Model Ekonometrik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda yang diinformasikan sebagai berikut:

Analisis Data

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan konsumen

X₁ = Harga

X₂ = Kualitas

α = Konstanta

β₁ = Koefisien regresi variabel Harga

β₂ = Koefisien regresi variabel kualitas

e = Pengganggu (error)

Dasar pengambilan keputusan dalam uji regresi linear berganda dapat mengacu pada membandingkan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas 0,05 dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika nilai signifikansi tidak lebih dari nilai probabilitas 0,05 artinya variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

Jika nilai signifikansi lebih dari nilai probabilitas 0,05 artinya variabel bebas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden

Berdasarkan jenis kelamin 60 responden responden yang menggunakan minyak goreng kemasan dan curah Hasil ini dikarenakan Produk minyak goreng kemasan dan curah adalah jenis yang dibutuhkan di rumah tangga yang lebih di mengerti oleh para perempuan yaitu ibu rumah tangga pada umumnya dari pada laki-laki. sedangkan dari faktor usia responden terbanyak pada minyak goreng kemasan adalah mereka yang memiliki tingkat usia antara 31 hingga 40 ke atas karena pada umur 26-30 dan 31- 40 tahun adalah usia ibu rumah tangga yang masih aktif dalam keputusan pembelian minyak goreng kemasan dan curah. Berdasarkan dari pekerjaan responden terbanyak pada minyak goreng kemasan adalah mereka yang bekerja sebagai PNS sedangkan dengan responden minyak goreng curah yang terbanyak adalah mereka yang memiliki pekerjaan lainnya sebanyak 25 orang, berdasarkan intensitas pembelian sebanyak 15 orang dengan persentase 50% didominasi oleh responden yang melakukan pembelian minyak goreng kemasan dan curah dengan jumlah 2 sampai 4 kali dalam perbulan. Ini menunjukkan adanya pembelian berulang yang dilakukan oleh konsumen dikarenakan bahwa minyak goreng merupakan komoditas penting peranannya di kebutuhan keluarga sehari-hari

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dalam uji linier berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh secara serentak variabel-variabel bebas terhadap variabel terkait. Cara menentukan koefisien determinasi dengan melihat analisis

regresi linier sederhana di kolom R Square dari hasil analisis SPSS.

Tabel 1. Model summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.436 ^a	.190	.130	2.467

Tabel 6 Menunjukkan Adjusted R Square sebesar 0.130 atau 13%. Hasil ini menunjukkan bahwa hubungan variabel harga (X1), kualitas (X2), dan keputusan konsumen (Y) secara bersamaan mempengaruhi variabel dependen sebesar 13%, sedangkan sisanya 87 % dijelaskan oleh variabel lain.

Tabel 2 model summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.477 ^a	.227	.170	2.972

Menunjukkan Adjusted R Square sebesar 0.170 atau 17%. Hasil ini menunjukkan bahwa hubungan variabel harga (X1), kualitas (X2), dan keputusan konsumen (Y) secara bersamaan mempengaruhi variabel dependen sebesar 17%, sedangkan sisanya 83 % dijelaskan oleh variabel lain.

Uji F/Uji Model

Uji F dalam penelitian ini menggunakan uji Anova. Uji ini dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama (*simultan*) variabel bebas harga (X1), kualitas (X2), dan keputusan konsumen (Y) sebagai variabel terikat. Dasar pengambilan minatnya adalah sebagai berikut.

Tabel 3. Hasil Uji F (Anova)

Df	Mean Square	F	Sig.
2	19.263	3.166	.058 ^b
27	6.084		
29			

Berdasarkan hasil uji simultan dari tabel di atas ditunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,058 lebih besar dari 0,05, karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat pembeli atau dapat dikatakan bahwa variabel variabel bebas harga (X1), kualitas (X2), dan keputusan konsumen (Y) secara bersama-sama (*simultan*) berpengaruh terhadap harga minyak goreng kemasan.

Tabel 4 Hasil Uji F (Anova)

Df	Mean Square	F	Sig.
2	35.104	3.975	.031 ^b
27	8.832		
29			

Berdasarkan hasil uji simultan dari tabel di atas ditunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,031 lebih besar dari 0,05, karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat pembeli atau dapat dikatakan bahwa variabel variabel bebas harga (X1), kualitas (X2), dan keputusan konsumen (Y) secara bersama-sama (*simultan*) berpengaruh terhadap kualitas minyak goreng curah.

Pengujian Hipotesis

Untuk melihat pengaruh per variabel, di sini ada 2 variabel independen yang dilihat apakah berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Hasil analisis regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2.571	10.321		-.249	.805
1 Harga	1.230	.522	.446	2.356	.026
Kualitas	-.029	.199	-.027	-.144	.887

Persamaan regresi yang didapatkan dari tabel adalah sebagai berikut :

$$Y = -2,571 + 1,230X_1 - 0,029X_2$$

Sesuai dengan hipotesis yang dikemukakan, regresi diatas menunjukkan bahwa:

1. Konstanta = -2,571 apabila perilaku konsumen pembelian minyak goreng kemasan adalah -2,571.
2. Variabel Harga (X1) mempunyai koefisien regresi b₁ sebesar 1,230
3. Variabel Kualitas (X2) mempunyai koefisien regresi b₂ sebesar 0,029

Koefisien variabel harga mempunyai pengaruh positif terhadap minat pembelian minyak goreng kemasan dengan koefisien sebesar 1,030. diketahui nilai t hitung variabel harga (X1) sebesar 0.26 dengan nilai signifikansi 0.26 < 0.05. Hal ini menunjukkan variabel berpengaruh terhadap harga pembelian minyak goreng kemasan. Adapun harga dari minyak goreng kemasan yaitu 16.000/liter. 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. Koefisien variabel kualitas tidak berpengaruh terhadap minat pembelian minyak goreng kemasan dengan koefisien sebesar 0,029. diketahui nilai t hitung variabel kualitas (X2) sebesar .887 dengan nilai signifikansi .887 > 0.05. Hal ini menunjukkan variabel kualitas tidak berpengaruh terhadap pembelian minyak goreng kemasan karena konsumen melihat dengan adanya kemasan minyak goreng lebih tahan lama. pengemasan yang membuat suatu merek minyak goreng terlihat lebih menarik sehingga dapat menciptakan suatu kesan konsumen yang dapat mendorong mereka untuk membeli atau tidak membeli suatu merek minyak goreng tersebut yang sering terkait dengan kepraktis.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients	T	Sig.
	B	StdError	Beta		
(Constant)	5.365	8.201		.654	.519
1 Harga	.189	.383	.084	.492	.627
Kualitas	.342	.129	.455	2.653	.013

Persamaan regresi yang didapatkan dari tabel adalah sebagai berikut :

$$Y = 5.365 + 0.189X_1 + 0.342X_2$$

Sesuai dengan hipotesis yang dikemukakan, regresi diatas menunjukkan bahwa:

1. Konstanta = 5.365 apabila perilaku konsumen pembelian

minyak goreng curah adalah 5.365.

2. Variabel Harga (X1) mempunyai koefisien regresi b_1 sebesar 0.189
3. Variabel Kualitas (X2) mempunyai koefisien regresi b_2 sebesar 0.342

Koefisien variabel harga mempunyai pengaruh positif terhadap minat pembelian minyak goreng curah dengan koefisien sebesar 0.189. Diketahui nilai t hitung variabel harga (X1) sebesar 0.627 dengan nilai signifikansi $0.627 > 0.05$. Hal ini menunjukkan variabel tidak berpengaruh terhadap harga pembelian minyak goreng curah. Harga minyak goreng curah tergolong murah atau ekonomis, sehingga dapat diterima dan dijangkau oleh berbagai kalangan masyarakat di Pasar Beureunuen. Harga enceran minyak curah pada toko klontong hanya berkisar Rp.13.000/kg. Di ketahui bahwa berdasarkan keterjangkauan harga dan kesesuaian harga dengan kualitas produk yang ditawarkan dapat mempengaruhi mereka dalam memilih dan membeli produk minyak goreng curah.

Koefisien variabel kualitas berpengaruh terhadap minat pembelian minyak goreng curah dengan koefisien sebesar 0,342. Diketahui nilai t hitung variabel kualitas (X2) sebesar 0,013 dengan nilai signifikansi $0,013 < 0.05$. Hal ini menunjukkan variabel kualitas berpengaruh terhadap pembelian minyak goreng curah karena konsumen melihat minyak goreng curah hal ini dikarenakan konsumen tidak akan membeli jika kualitas

minyak goreng curah tidak bagus seperti warna minyak menjadi keruh.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Koefisien variabel harga mempunyai pengaruh positif terhadap minat pembelian minyak goreng kemasan dengan koefisien sebesar 1,030. Dari tabel 8 diketahui nilai t hitung variabel harga (X1) sebesar 0.26 dengan nilai signifikansi $0.26 < 0.05$. Hal ini menunjukkan variabel berpengaruh terhadap harga pembelian minyak kemasan. Koefisien variabel kualitas tidak berpengaruh terhadap minat pembelian minyak goreng kemasan dengan koefisien sebesar 0,029. Dari tabel 8 diketahui nilai t hitung variabel kualitas (X2) sebesar .887 dengan nilai signifikansi $.887 > 0.05$. Hal ini menunjukkan variabel kualitas tidak berpengaruh terhadap pembelian minyak goreng kemasan karena konsumen melihat dengan adanya kemasan minyak goreng lebih tahan lama. Pengemasan yang membuat suatu merek minyak goreng terlihat lebih menarik sehingga dapat menciptakan suatu kesan konsumen yang dapat mendorong mereka untuk membeli atau tidak membeli suatu merek minyak goreng tersebut yang sering terkait dengan kepraktisan.

Koefisien variabel harga mempunyai pengaruh positif terhadap minat pembelian minyak goreng curah dengan koefisien sebesar 0.189. Dari tabel 10 diketahui nilai t hitung variabel harga (X1) sebesar 0.627 dengan nilai signifikansi $0.627 > 0.05$. Hal ini menunjukkan variabel tidak berpengaruh terhadap harga pembelian

minyak goreng curah, Koefisien variabel kualitas berpengaruh terhadap minat pembelian minyak goreng curah dengan koefisien sebesar 0,342. Dari tabel 7 diketahui nilai t hitung variabel kualitas (X2) sebesar 0,013 dengan nilai signifikansi $0,013 < 0.05$. Hal ini menunjukkan variabel kualitas berpengaruh terhadap pembelian minyak goreng curah karena konsumen melihat minyak goreng curah hal ini dikarnakan konsumen tidak akan membeli jika kualitas minyak goreng curah tidak bagus seperti warna minyak menjadi keruh.

Saran

Untuk konsumen diharapkan lebih melihat kualitas dalam membeli jenis minyak goreng dan menyesuaikan dengan tingkat pendapatan yang dimiliki. Agar jenis minyak yang dikonsumsi lebih sehat dan sisa pendapatan dapat disisihkan untuk kebutuhan lainnya. Dan untuk penjual

seharusnya minyak goreng curah di perhatikan tingkat penyimpanan agar kualitasnya terjaga.

DAFTAR PUSTAKA

- Alyas, S. A., Abdullah, A., and Idris, N. A., 2011, Change of β -Carotene Content During Heating of Red Palm Olein, *Journal of Oil Research (Special Issue April 2009)*: 99-120.
- Aminah, S. 2010. Bilangan Peroksida Minyak Goreng Curah dan Sifat Organoleptik Tempe pada Pengulangan Penggorengan. *Jurnal Pangan dan Gizi Vol. 01*: 7-13.
- Boyd, et, al. 2015. *Manajemen Pemasaran*.