

FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT PEMBELIAN MINYAK GORENG CURAH PADA RUMAH TANGGA DI KOTA BENGKULU

INFLUENCES FACTORS OF PURCHASE COOKING OIL AT THE HOUSEHOLD LEVEL IN BENGKULU CITY

Putry Anggraini, Basuki Sigit Priyono dan Melli Suryanty
Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Bengkulu
Email: panggraini02@gmail.com

ABSTRACT

The research to aimed quantify the level of purchases of cooking oil in households in the city of Bengkulu and to analyze the factors affecting the level of purchases of cooking oil in households in the city of Bengkulu. The research area decided by purposive. The data that use in this research are primary data and secondary data. Analyzed method use Multiple Linear Regresion derived by the square of the least square ordinary (Ordinary Least Square / OLS). The result show : The average purchase of cooking oil in Bengkulu City every month of 6.6 kg / household / month. Household income positive significant effect on the purchase of cooking oil in the city of Bengkulu, and number of branded cooking oil purchases negative significant effect on the purchase of cooking oil in the city of Bengkulu. However, of age, education, household spending, and perceptions of the cooking oil products did not significantly influence the purchase of cooking oil in the city of Bengkulu.

Keywords: *Purchase, cooking oil, household*

PENDAHULUAN

Minyak goreng merupakan salah satu dari sembilan bahan pokok yang cukup penting peranannya bagi masyarakat Indonesia dan juga bagi perekonomian Indonesia. Minyak goreng dapat berpengaruh cukup signifikan terhadap suatu produk yang proses pengolahannya menggunakan minyak goreng, khususnya bagi industri makanan. Dapat terlihat dari pengalaman selama ini yang menunjukkan bahwa kelangkaan minyak goreng dapat menyebabkan timbulnya dampak ekonomis dan politis yang cukup berarti bagi perekonomian nasional. Produksi minyak sawit harus dapat terus memenuhi permintaan industri minyak goreng sawit yang bahan baku utamanya menggunakan minyak sawit (Abidanish, 2010).

Provinsi Bengkulu termasuk salah satu provinsi yang tentunya juga membutuhkan minyak goreng untuk kebutuhan konsumsi dalam penggunaan rumah tangga ataupun untuk berdagang. Dari data BPS (2013), konsumsi rata-

rata penduduk Kota Bengkulu per kapita sehari untuk minyak goreng pada tahun 2010 terlihat cukup tinggi dibandingkan tahun lainnya yaitu 0,66 gram. Dari tahun ke tahun, konsumsi minyak goreng curah di Kota Bengkulu menurun, hal ini dikarenakan konsumen lebih memilih pada minyak goreng yang bermerek dibandingkan minyak goreng curah. Akan tetapi, walaupun konsumen banyak memilih mengkonsumsi minyak goreng bermerek, banyak juga konsumen tetap bertahan terhadap minyak goreng curah yang dikarenakan harga yang relatif murah. Saat ini kita bisa lihat maraknya produk minyak goreng bermerek yang beredar di pasaran Kota Bengkulu. Produk minyak goreng bermerek itu diantaranya: Bimoli, Filma, Kunci Mas, Sania, Sunco, dan lain-lain. Meskipun minyak goreng bermerek memiliki banyak keunggulan dan kian marak beredar di pasaran Kota Bengkulu, minat konsumen untuk membeli minyak goreng curah masih ada (Amang, 1996).

Dari permasalahan tersebut, maka perlu adanya pemahaman lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat pembelian konsumen terhadap minyak goreng curah. Meskipun minyak goreng bermerek kian marak di pasaran Kota Bengkulu, 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 tingkat pembelian minyak goreng curah pada rumah tangga di Kota Bengkulu.

METODE PENELITIAN

Pemilihan lokasi penelitian dilakukan secara sengaja (*purposive*), yaitu di Pasar Minggu, Pasar Panorama, dan Pasar Barukoto. Metode sampling yang digunakan dalam pengambilan responden dengan *Accidental Sampling* yaitu Pasar Minggu, Pasar Panorama, dan Pasar Baru Koto. Sedangkan data data yang digunakan untuk dianalisa adalah data primer dan data sekunder.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis statistik deskriptif dan menggunakan metode analisis regresi linear berganda, yang diturunkan dengan metode kuadrat terkecil (Ordinary Least Square/OLS). Dimana nilai parameter tersebut selanjutnya akan diduga mempengaruhi, sehingga modelnya sebagai berikut:

$$Y_t = b_0 + b_1X_{1t} + b_2X_{2t} + b_3X_{3t} + b_4X_{4t} + b_5X_{5t} + b_6X_{6t} + D_t + \mu_t$$

dimana; Y adalah jumlah pembelian minyak goreng curah (kg/bulan), b_0 adalah konstanta/koefisien intersep, b_1 - b_6 adalah koefisien variabel regresi, X_1 adalah umur (tahun); X_2 adalah pendidikan (tahun); X_3 adalah pendapatan (Rp/bulan); X_4 adalah pengeluaran rumah tangga (Rp/bulan); X_5 adalah jumlah tanggungan keluarga (jiwa); X_6 adalah jumlah pembelian minyak goreng bermerek

(liter/bulan), dan d adalah persepsi konsumen terhadap produk (minyak goreng curah) dimana $d = 1$ bila persepsi baik dan $d = 0$ apabila persepsi kurang baik, serta μ adalah kesalahan pengganggu

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen Minyak Goreng Curah

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen minyak goreng curah yang terdapat pada pasar tradisional yang menjadi lokasi penelitian, yaitu Pasar Minggu; Pasar Panorama; dan Pasar Baru Koto. Untuk lebih jelasnya tentang karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel. 1 Karakteristik Responden Konsumen Minyak Goreng Curah di Kota Bengkulu

No	Uraian	Rentang Kelas	Rata-rata
1	Umur (Tahun)	20 – 75	41,5
2	Pendidikan (Tahun)	SD – Sarjana	9,2
3	Pendapatan Rumah Tangga (Rp/bulan)	1.000.000 – 6.500.000	3.105.208
4	Pengeluaran Rumah Tangga (Rp/bulan)	603.000 – 4.740.000	817.708
5	Jumlah Tanggungan Keluarga (Orang)	1-7	4

Sumber : Data primer (2016)

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat bahwa rata-rata umur konsumen minyak goreng curah di Kota Bengkulu yang menjadi responden pada penelitian sebesar 41,5 atau dibulatkan menjadi 42 tahun. Pada umur ini, seorang konsumen masuk dalam kategori dewasa atau tergolong dalam umur yang produktif. Dimana orang yang telah dewasa dapat memilih produk yang baik serta menentukan jumlah pembelian guna memenuhi kebutuhan hidup seluruh anggota keluarganya.

Dari Tabel 1 rata-rata tingkat pendidikan konsumen minyak goreng curah di Kota Bengkulu sebesar 9,2% atau dibulatkan menjadi 9 tahun pendidikan (SMP). Suryani (2008) dalam bukunya, disampaikan bahwa tingkat pendidikan seseorang juga akan mempengaruhi nilai-nilai yang dianutnya, cara berpikir, cara pandang bahkan persepsinya terhadap suatu masalah. Konsumen yang memiliki pendidikan yang lebih baik akan sangat responsif terhadap informasi, pendidikan juga mempengaruhi konsumen dalam pilihan produk maupun merek.

Dari Tabel 1 tersebut dapat dilihat bahwa rata-rata pendapatan rumah tangga konsumen minyak goreng curah di Kota Bengkulu yaitu sebesar Rp

3.105.208/bulan. Dengan pendapatan tersebut sebuah rumah tangga akan terus melakukan pembeliannya pada minyak goreng, dimana minyak goreng merupakan salah satu bahan pokok yang tidak dapat digantikan penggunaannya untuk pemenuhan kebutuhan rumah tangga sehari-hari.

Dari Tabel 1 dapat dilihat rata-rata pengeluaran rumah tangga konsumen minyak goreng curah di Kota Bengkulu yaitu sebesar 1.817.708/bulan. Dengan pengeluaran ini setiap rumah tangga sebisa mungkin memenuhi semua kebutuhan hidup setiap anggota rumah tangga, mulai dari pangan, pendidikan, hiburan, sosial, sandang, kesehatan, komunikasi, transportasi dan energi.

Berdasarkan Tabel 1 tersebut, dapat dilihat bahwa rata-rata tanggungan keluarga nya yaitu sebanyak 4 orang atau jiwa. Banyaknya jumlah anggota keluarga ini akan menentukan pola konsumsi suatu barang dan jasa. Rumah tangga yang memiliki tanggungan lebih banyak akan membeli dan mengkonsumsi pangan (beras dan lauk pauk), pendidikan, hiburan (rekreasi), sosial (iuran keamanan, iuran kebersihan, dan lain-lain), Sandang (pakaian), kesehatan (obat-obatan, dokter, dan lain-lain), komunikasi (pulsar), transportasi (bensin), dan energi (gas dan listrik) yang lebih banyak dibandingkan dengan keluarga yang memiliki jumlah tanggungan lebih sedikit.

Jumlah Pembelian Minyak Goreng Curah di Kota Bengkulu

Hasil penelitian yang telah dilakukan di tiga tempat yang menyebar di Kota Bengkulu dengan responden sebanyak 96 orang, didapatkan rata-rata jumlah pembelian konsumen terhadap minyak goreng curah di Kota Bengkulu adalah 6,6 Kg/bulan. Berikut dapat dilihat pada Tabel 2 secara rinci mengenai jumlah pembelian minyak goreng curah di Kota Bengkulu.

Tabel. 2 Distribusi responden berdasarkan jumlah Pembelian Minyak Goreng Curah di Kota Bengkulu

Jumlah Pembelian (Kg/bulan)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Rata-rata (Kg)
< 6,6 (Sedikit)	82	85,5	6,6
= 6,6(Sedang)	0	0,0	
>6,6 (Banyak)	14	14,5	
Jumlah	96	100,0	

Sumber : Data primer (2016)

Dilihat dari tabel nilai rata-rata jumlah pembelian minyak goreng curah di Kota Bengkulu sebesar 6,6 Kg/bulan. Dengan rata-rata pembelian minyak goreng curah sebesar 6,6 Kg/bulan, jumlah pembelian minyak goreng curah di atas rata-rata sebanyak 14,5%, dan di bawah rata-rata yaitu sebanyak 85,5%.

Jumlah Pembelian Minyak Goreng Bermerek

Keberadaan minyak goreng bermerek dapat menjadi alternatif pilihan bagi konsumen ketika minyak goreng curah mengalami ketiadaan stok. Bagi sebagian konsumen minyak goreng curah, keberadaan minyak goreng bermerek berfungsi sebagai produk substitusi yang dapat menggantikan fungsi dan peran minyak goreng curah. Tabel berikut menunjukkan jumlah pembelian minyak goreng bermerek yang dibeli konsumen untuk menggantikan ketiadaan stok minyak goreng curah di lokasi pembelian.

Tabel. 3 Distribusi responden berdasarkan jumlah pembelian Minyak Goreng Bermerek dan tidak membeli di Kota Bengkulu

Uraian	Jumlah(Orang)	Persentase(%)	Rata-rata (Liter)
Membeli			
Sedikit	47	83,93	1,17
Sedang	7	12,50	
Banyak	2	3,57	
Jumlah	56	100,00	
Tidak Membeli			
Jumlah	40	-	-
Jumlah	96	-	-

Sumber : Data primer (2016)

Berdasarkan hasil data penelitian yang telah dilaksanakan pada 96 responden, hanya 56 responden yang membeli minyak goreng bermerek dengan jumlah pembelian minyak goreng bermerek terendah dari konsumen minyak goreng yaitu pada kisaran >5 liter dengan persentase 3,57% dan pembelian minyak goreng bermerek tertinggi berada pada kisaran 1-2 liter dengan persentase 83,93% sedangkan hasil rata-rata pembelian minyak goreng bermerek sebesar 1,17 liter per bulannya.

Persepsi Konsumen Terhadap Produk Minyak Goreng Curah

Persepsi konsumen terhadap produk minyak goreng curah pada penelitian ini ditinjau dari tiga aspek yakni aspek harga, aspek warna minyak goreng, dan aspek akurasi pengukuran timbangan yang digunakan penjual minyak goreng. Persepsi konsumen yang terbentuk dikategorikan menjadi dua kategori, yaitu persepsi baik dan persepsi kurang baik. Tabel berikut akan menunjukkan hasil persepsi konsumen terhadap produk minyak goreng curah di Kota Bengkulu.

Tabel 4. Persepsi Konsumen Terhadap Produk Minyak Goreng Curah

Persepsi (Skor)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)	Rerata Skor
Harga			
a. Persepsi baik ($\geq 17,32$)	48	50,00	17,32
b. Persepsi kurang baik ($< 17,32$)	48	50,00	
Total	96	100,00	
Warna			
a. Persepsi baik ($\geq 22,91$)	54	56,25	22,91
b. Persepsi kurang baik ($< 22,91$)	42	43,75	
Total	96	100,00	
Akurasi Timbangan			
a. Persepsi baik ($\geq 6,65$)	58	60,42	6,65
b. Persepsi kurang baik ($< 6,65$)	38	39,58	
Total	96	100,00	
Total Persepsi			
a. Persepsi baik ($> 46,88$)	54	56,25	46,88
b. Persepsi kurang baik ($< 46,88$)	42	43,75	
Total	96	100,00	

Sumber : Data primer (2016)

Persepsi Terhadap Harga Minyak Goreng Curah

Dari Tabel 4 dilihat bahwa ada 48 responden dari 96 responden dengan persentase 50% menilai atau berpersepsi baik. Ini berarti bahwa setengah dari responden dalam penelitian ini menilai atau mempersepsikan bahwa harga minyak goreng curah yang beredar di pasar tradisional yang ditawarkan produsen sudah sesuai dengan kemampuan beli konsumennya. Mereka merasakan bahwa dengan harga Rp. 10.000-Rp 12.000/kg telah sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diperoleh. Sedangkan setengah nya lagi yaitu 48 responden menilai atau mempersepsikan bahwa harga minyak goreng curah yang beredar di 3 pasar tradisional di Kota Bengkulu yang ditawarkan produsen masih terlalu mahal dibandingkan dengan kualitas dan kebersihan dari produk minyak goreng curah itu sendiri.

Persepsi Terhadap Warna Minyak Goreng Curah

Tabel 4 menginformasikan bahwa sebagian besar responden 56,25% menilai bahwa warna minyak goreng curah tersebut sudah pas untuk menggambarkan kualitas produk yang cukup baik. Warna minyak goreng curah yang beredar cukup terjaga. Ada dua warna minyak goreng curah yaitu kuning keemasan dan kuning keruh. Hasil pertanyaan terbuka yang diajukan dalam kuisioner, responden menjelaskan bahwa warna kuning keemasan yang ada

pada minyak goreng curah bahwa kualitasnya baik, jika warna minyak goreng curah keruh atau tidak jernih itu menandakan kualitas minyak goreng curah kurang baik. Sehingga minyak goreng curah yang berwarna kuning keemasan ini lebih disukai dan digemari oleh para konsumen.

Persepsi Terhadap Akurasi Timbangan Minyak Goreng Curah

Dari Tabel 4 sebagian besar responden 60,42% menilai bahwa akurasi timbangan yang ada di 3 pasar tradisional (Pasar Minggu, Panorama, dan Barukoto) sudah memenuhi standar akurasi timbangan yang sudah sesuai. Maka dari itu, inilah alasan mengapa banyaknya para konsumen masih bertahan dengan membeli dan mengonsumsi minyak goreng curah.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pembelian Minyak Goreng Curah

Hasil Estimasi Model

Untuk mengetahui hasil regresi linier berganda tersebut dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear

Variabel	Koefisien Regresi	Standar Error	t hitung
Constant	-5.7609	0,7976	-1,971
Umur	0.46874E-02	0.1146	0.4092E-01
Pendidikan	-0.52159E-01	0.3886	-0.1342
Pendapatan Rumah Tangga	0.48799E-05	0.5342E-06	9.135*
Pengeluaran Rumah Tangga	0.38649E-06	0.1750E-05	0.2209
Jumlah Tanggungan Keluarga	0.63842	1.252	0.5097
Jumlah Pembelian Minyak Goreng Bermerek	-2.8200	0.8740	-3.226**
Persepsi Terhadap Minyak goreng yang dibeli	0.82462E-01	0,2354	0.3499E-01
Adjusted R ² = 0.5636			
R ² = 0.5958			
F hitung = 18.528			
t tabel ($\alpha/2=0,025$) (88) = $\pm 1,987$			
F tabel (0,05) (7) (88) = 2,12			

Keterangan : * berpengaruh positif pada taraf kepercayaan 95%

** berpengaruh negatif pada taraf kepercayaan 95%

Pada Tabel 5 hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai R² sebesar 0.5958 dapat dilihat pada Tabel 5. Nilai tersebut menggambarkan bahwa sumbangan variabel independen yang terdiri dari umur, pendidikan,

pendapatan keluarga, pengeluaran rumah tangga, jumlah tanggungan keluarga, jumlah pembelian minyak goreng bermerek, dan persepsi terhadap harga, warna dan akurasi timbangan minyak goreng curah terhadap variasi naik atau turunnya nilai variabel dependen (pembelian minyak goreng curah) adalah sebesar 59,58% dan sisanya sebesar 40,42% akan dijelaskan dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model yang digunakan dalam penelitian ini (terkumpul dalam variabel pengganggu atau e).

Dalam penelitian ini uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel yang ada dalam model secara bersama-sama berpengaruh nyata atau tidak terhadap pembelian minyak goreng curah di Kota Bengkulu dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Nilai F tabel dengan tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ adalah sebesar 2,12. Diketahui pada Tabel 5 bahwa nilai F hitung sebesar 18,528 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai F hitung > F tabel atau $18,528 > 2,12$ maka keputusan yang diambil adalah H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel umur (X1), variabel pendidikan (X2), variabel pendapatan rumah tangga (X3), variabel pengeluaran rumah tangga (X4), variabel jumlah tanggungan keluarga (X5), variabel jumlah pembelian minyak goreng bermerek (X6), dan variabel persepsi terhadap harga, warna dan akurasi timbangan minyak goreng curah (X7) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang nyata terhadap variabel pembelian minyak goreng curah. Hal ini berarti bahwa, banyak atau sedikitnya minyak goreng curah yang dilakukan oleh responden dipengaruhi oleh ketujuh variabel tersebut.

Pengaruh Masing-masing Variabel Bebas

Dalam penelitian ini, uji t dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing faktor secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap pembelian minyak goreng curah dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel.

a. Umur

Variabel umur, yaitu $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau $0,4092 < 1,987$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya bahwa umur konsumen yang menjadi responden dalam penelitian ini tidak mempunyai pengaruh yang nyata terhadap pembelian minyak goreng curah di Kota Bengkulu. Rata-rata umur responden dalam penelitian ini adalah 42 tahun, pada usia tersebut konsumen termasuk ke dalam kategori dewasa ataupun produktif baik dalam usia maupun dalam pekerjaan.

Variabel usia tidak berpengaruh nyata pada tingkat pembelian minyak goreng curah di Kota Bengkulu karena pada penelitian ini tidak hanya usia produktif yang mengkonsumsi minyak goreng seperti yang dijelaskan dari teori sebelumnya, melainkan di Kota Bengkulu yang mengkonsumsi minyak goreng curah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari yaitu dari berbagai

usia, bisa dikatakan semua lapisan umur sudah mengkonsumsi minyak goreng curah untuk kebutuhan sehari-hari. Sehingga variabel umur tidak menjadi tolak ukur konsumen dalam meningkatkan pembeliannya terhadap minyak goreng curah.

b. Pendidikan

Pendidikan responden minyak goreng curah adalah pendidikan formal yang telah ditempuh oleh responden. Variabel pendidikan, yaitu $-t \text{ hitung} > -t \text{ tabel}$ atau $-0.1342 > -1,987$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya bahwa pendidikan konsumen pada responden dalam penelitian ini tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pembelian minyak goreng curah di Kota Bengkulu. Kesukaan konsumen tidak berkaitan dengan tingkat pendidikan yang telah ditempuh oleh konsumen, proses terjadinya kesukaan ini dibentuk selama kebiasaan hidup seseorang, sehingga tinggi rendahnya pendidikan seseorang tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian minyak goreng curah.

c. Pendapatan Rumah Tangga

Berdasarkan hasil analisis uji t , diketahui nilai $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $9.135 > 1,987$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya bahwa secara parsial pendapatan rumah tangga berpengaruh positif terhadap pembelian minyak goreng curah di Kota Bengkulu. Artinya, apabila pendapatan rumah tangga meningkat sebesar satu satuan maka akan meningkatkan pembelian minyak goreng curah sebesar 0.48799 kg/bulannya. Jika tingkat pendapatan meningkat, maka konsumen akan meningkatkan jumlah pembelian dari minyak goreng tersebut. Jika pendapatan rumah tangga rendah maka tidak lantas pula akan menurunkan jumlah pembelian minyak, ia akan tetap membeli minyak goreng, tetapi minyak sesuai dengan kebutuhan rumah tangga sehari-hari.

d. Pengeluaran Rumah Tangga

Dari hasil analisis statistik yang dilakukan terhadap variabel pengeluaran rumah tangga, dapat diketahui bahwa $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau $0.2209 < 1,987$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya bahwa secara parsial variabel pengeluaran rumah tangga tidak berpengaruh nyata terhadap pembelian minyak goreng curah di Kota Bengkulu. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Apriananda Utama (2013) yang berjudul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Membeli Minyak Goreng Curah (Kasus: Pasar Sentral Kota Medan)", hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel pengeluaran rumah tangga tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian minyak goreng di pasar-pasar sentral Kota Medan.

e. Jumlah Tanggungan Keluarga

Analisis terhadap variabel tanggungan keluarga, didapat t hitung $< t$ tabel atau $0.5097 < 1,987$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya bahwa secara parsial jumlah tanggungan keluarga tidak berpengaruh nyata terhadap pembelian minyak goreng curah di Kota Bengkulu. Sehingga dapat diketahui bahwa variabel jumlah tanggungan keluarga bukan variabel utama yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen karena tidak semua orang suka memasak sehingga untuk memutuskan untuk membeli minyak goreng curah tidak berdasarkan pada jumlah keluarga akan tetapi yang lebih penting pendapatan dari konsumen yang membeli produk tersebut. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Lailatun (2012) dengan judul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Mengonsumsi Minyak Goreng Curah di Kota Medan". Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa jumlah tanggungan keluarga tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian minyak goreng curah di Kota Medan, karena jumlah tanggungan keluarga tidak menjadi pertimbangan utama dalam memutuskan banyak atau sedikitnya pembelian terhadap minyak goreng.

f. Jumlah Pembelian Minyak Goreng Bermerek

Variabel jumlah pembelian minyak goreng bermerek, yaitu $-t$ hitung $< -t$ tabel atau $-3.226 < -1,987$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya bahwa secara parsial jumlah pembelian minyak goreng bermerek berpengaruh negatif terhadap pembelian minyak goreng curah di Kota Bengkulu. Artinya, apabila jumlah pembelian minyak goreng bermerek meningkat sebesar satu satuan maka akan menurunkan pembelian minyak goreng curah sebesar -2.8200 kg/bulannya. Hasil data analisis regresi terhadap variabel jumlah pembelian minyak goreng bermerek dalam penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Wahyudi (2013) yang berjudul "Kualitas Produk, Atribut Produk dan Ekuitas Merek Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng", menyatakan bahwa, variabel minyak goreng bermerek mempengaruhi terhadap permintaan minyak goreng curah di Kota Medan.

g. Persepsi Terhadap Produk Minyak Goreng Curah (Harga, Warna dan Akurasi Timbangan)

Variabel persepsi terhadap produk minyak goreng mempunyai nilai t hitung $< t$ tabel atau $0.3499 < 1,987$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya persepsi terhadap produk minyak goreng curah dalam penelitian ini tidak membedakan secara nyata terhadap jumlah pembelian minyak goreng curah di Kota Bengkulu.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Rata-rata jumlah pembelian minyak goreng curah pada rumah tangga di Kota Bengkulu sebesar 6,6 kg/rumah tangga/bulan.
2. Pendapatan rumah tangga berpengaruh signifikan positif terhadap pembelian minyak goreng curah di Kota Bengkulu, dan jumlah pembelian minyak goreng bermerek berpengaruh signifikan negatif terhadap pembelian minyak goreng curah di Kota Bengkulu. Namun, umur, pendidikan, pengeluaran rumah tangga, dan persepsi terhadap produk minyak goreng curah tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian minyak goreng curah di Kota Bengkulu.

Saran

Kepada produsen agar tetap memperhatikan, mempertahankan dan meningkatkan atribut yang melekat pada minyak goreng curah seperti harga, warna dan akurasi timbangan serta lebih meningkatkan lagi strategi penjualan minyak goreng curah seperti dengan upaya meningkatkan kualitas dan kuantitas minyak goreng curah. Dengan demikian diharapkan produsen atau pemasar mampu menimbulkan persepsi yang kuat oleh konsumen terhadap minyak goreng curah yang diproduksinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amang, 1996. *Ekonomi Minyak Goreng di Indonesia*. IPB Press. Bandung
- Abidanish. 2010 . *Teknik Pintar Membuat Minyak Kelapa*.
<http://produkkelapa.wordpress.com/2010/02/16/teknik-pintar-membuat-minyak-kelapa/> . (diakses pada tanggal 20 Februari 2016).
- Badan Pusat Statistik. 2013 *Rata-rata Konsumsi minyak goreng per kapita sehari* (Gram).
- Apriananda Utama. 2013. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Membeli Minyak Goreng Curah (Kasus: Pasar Sentral Kota Medan)*. Universitas Sumatera Utara. Jurnal. Agribisnis Fakultas Pertanian
- Lailatun Najmi. 2012. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Mengonsumsi Minyak Goreng Curah Di Kota Medan (Studi Kasus:*

- Kecamatan Medan Deli*). Universitas Sumatera Utara. Jurnal. Agribisnis Fakultas Pertanian
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen "Implikasi pada strategi pemasaran"*. Graha Ilmu: Yogyakarta
- Wahyudi Randang. 2013. *Kualitas Produk, Atribut Produk Dan Ekuitas Merek Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng*. Universitas Sam Ratulangi Manado. Jurnal Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado.