

**ANALISIS PREFERENSI DAN FAKTOR – FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK
GORENG DI PASAR TRADISIONAL KOTA SALATIGA**

SKRIPSI

Oleh:

HUURIN 'IIN



**PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
S E M A R A N G
2 0 2 4**

ANALISIS PREFERENSI DAN FAKTOR – FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK
GORENG DI PASAR TRADISIONAL KOTA SALATIGA

Oleh:

HUURIN 'IIN
NIM: 23020319120028

Salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Pertanian pada Program Studi S1 Agribisnis
Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

PROGRAM STUDI S1 AGRIBISNIS
FAKULTAS PETERNAKAN DAN PERTANIAN
UNIVERSITAS DIPONEGORO
S E M A R A N G
2 0 2 4

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Huurin 'iin
NIM : 23020319120028
Program Studi : S1 Agribisnis

Dengan ini menyatakan sebagai berikut:

1. Skripsi saya yang berjudul:
Analisis Preferensi dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Minyak Goreng di Pasar Tradisional Kota Salatiga, dan penelitian yang terkait dengan skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri.
2. Setiap ide atau kutipan dari orang lain berupa publikasi atau bentuk lainnya dalam skripsi ini, telah diakui sesuai dengan standar prosedur disiplin ilmu.
3. Saya juga mengakui skripsi ini dapat dihasilkan berkat bimbingan dan dukungan penuh pembimbing saya, yaitu **Dr. Ir. Wiludjeng Roessali, M.Si.** dan **Suryani Nurfadillah, S.E., M.Si.**

Apabila di kemudian hari dalam skripsi ini ditemukan hal-hal yang menunjukkan telah dilakukannya kecurangan akademik maka penulis bersedia gelar sarjana yang telah penulis dapatkan ditarik sesuai dengan ketentuan dari Program Studi S1 Agribisnis, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro.

Semarang, Juni 2024

Penulis


Huurin 'iin



Mengetahui

Pembimbing Utama


Dr. Ir. Wiludjeng Roessali, M.Si.

Pembimbing Anggota


Suryani Nurfadillah, S.E., M.Si.

Judul Skripsi : ANALISIS PREFERENSI DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK GORENG DI PASAR TRADISIONAL KOTA SALATIGA

Nama Mahasiswa : HUURIN 'IIN

NIM : 23020319120028

Program Studi/Departemen : S1 AGRIBISNIS/PERTANIAN

Fakultas : PETERNAKAN DAN PERTANIAN

Telah disidangkan di hadapan Tim Penguji
dan dinyatakan lulus pada tanggal 22 MAY 2024

Pembimbing Utama



Dr. Ir. Wiludjeng Roessali, M.Si.

Pembimbing Anggota



Suryani Nurfadillah, S.E., M.Si.

Ketua Program Studi



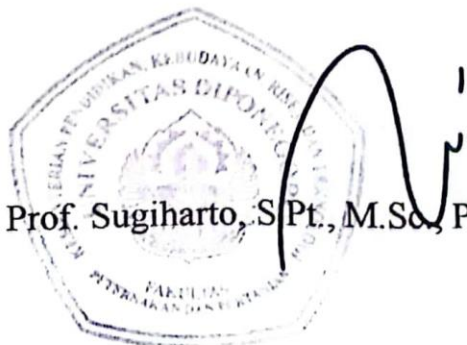
Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P.

Ketua Panitia Ujian Akhir Program



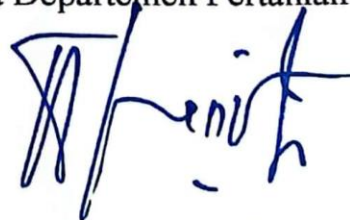
Migie Handayani, S.Pt., M.Si.

Dekan



Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D.

Ketua Departemen Pertanian



Dr. Ir. Heni Rizqiati, S.Pt., M.S.

ANALISIS PREFERENSI DAN FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK GORENG DI PASAR TRADISIONAL KOTA SALATIGA

**Oleh:
Huurin ‘iin**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian minyak goreng di pasar tradisional Kota Salatiga. Penelitian dilaksanakan pada bulan Juni – Juli 2023. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja pada 2 pasar tradisional di Kota Salatiga yaitu Pasar Raya I dan Pasar Blauran I. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan sampel sebanyak 110 responden yang diambil dengan teknik *quota sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis konjoin dan analisis regresi logistik biner. Hasil penelitian pada analisis konjoin menunjukkan atribut minyak goreng yang paling disukai oleh konsumen Kota Salatiga adalah minyak goreng dengan ukuran ≥ 2 liter, kemasan *standing pouch*, harga Rp 15.000 – Rp 20.000 /liter, serta termasuk minyak goreng merek terkenal. Urutan atribut minyak goreng yang dianggap paling penting oleh konsumen yaitu atribut merek (30,52), atribut harga (28,34), atribut ukuran (20,91), dan atribut kemasan (20,23). Hasil analisis regresi logistik menunjukkan variabel pendapatan (X1), gaya hidup (X2), motivasi (X3), harga (X4), loyalitas (X5), dan kualitas (X6) secara serempak berpengaruh terhadap keputusan pembelian minyak goreng di pasar tradisional Kota Salatiga. Variabel motivasi, loyalitas dan kualitas minyak goreng berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian minyak goreng di pasar tradisional Kota Salatiga. Variabel pendapatan, gaya hidup, dan harga minyak goreng tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian minyak goreng di pasar tradisional Kota Salatiga.

Kata kunci: minyak goreng, pasar tradisional, preferensi, keputusan pembelian.

**ANALYSIS OF PREFERENCES AND FACTORS THAT INFLUENCE
DECISIONS TO PURCHASE COOKING OIL IN SALATIGA CITY
TRADITIONAL MARKET**

ABSTRACT

This study aims to analyze consumer preferences and their influence on purchase decisions for cooking oil in Salatiga City traditional market. The research was conducted in June - July 2023. The research location was determined purposively at 2 traditional markets in Salatiga City, namely Pasar Raya I and Pasar Blauran I. The research method used was survey method with a sample of 110 respondents taken with quota sampling technique. The data analysis used in the research is conjoint analysis and binary logistic regression analysis. The conjoint analysis showed that the cooking oil attributes most preferred by Salatiga City consumers are cooking oil with size ≥ 2 liters, standing pouch packaging, price Rp 15,000 - Rp 20,000 /liters, and including well-known brand cooking oil. The order of cooking oil attributes considered most important by consumers are brand attributes (30,52), price attributes (28,34), size attributes (20,91), and packaging attributes (20,23). The logistic regression analysis results show that the variables of income (X1), lifestyle (X2), motivation (X3), price (X4), loyalty (X5), and quality (X6) simultaneously affect the decision to purchase cooking oil in Salatiga City traditional market. The variables of motivation, loyalty, and quality partially influence the decision to purchase cooking oil in Salatiga City traditional market. The variables of income, lifestyle, and cooking oil price did not partially influence the decision to purchase cooking oil in Salatiga City traditional market.

Key words: cooking oil, traditional market, preference, purchasing decision.

KATA PENGANTAR

Minyak goreng adalah salah satu produk agroindustri yang termasuk dalam barang pokok harian yang dibutuhkan oleh masyarakat. Pada akhir tahun 2021 harga minyak goreng terus mengalami kenaikan. Akibatnya untuk mengatasi kenaikan harga minyak goreng, pemerintah beberapa kali membuat kebijakan mengenai penetapan harga namun tidak mampu menyelesaikan masalah tersebut. Hal ini menimbulkan harga menjadi tidak stabil dan bersifat fluktuatif sehingga menyebabkan kelangkaan. Timbul berbagai perilaku pada konsumen dalam pembelian minyak goreng. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumen terhadap minyak goreng dan pengaruh preferensi merek terhadap keputusan pembelian minyak goreng di pasar tradisional Kota Salatiga.

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat, hidayah, dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Preferensi dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Minyak Goreng di Pasar Tradisional Kota Salatiga” sebagai syarat tugas akhir untuk lulus program Sarjana.

Skripsi ini dapat diselesaikan tentu tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penghargaan yang tulus, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Wiludjeng Roessali, M.Si. selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktu, membantu, memberikan arahan dan masukan serta bimbingan kepada penulis.

2. Suryani Nurfadillah, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing anggota yang telah memberi banyak bantuan, membimbing, memberikan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.
3. Prof. Sugiharto, S.Pt., M.Sc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Peternakan dan Pertanian, Dr. Heni Rizqiati, S.Pt., M.Si. selaku Ketua Departemen Pertanian, dan Ir. Kustopo Budiraharjo, M.P. selaku Ketua Program Studi S-1 Agribisnis yang telah memberikan kemudahan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi.
4. Seluruh dosen dan staf akademik Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro terutama Program Studi Agribisnis yang telah memberikan ilmu dan pengalaman kepada penulis.
5. Bapak Winarso dan Ibu Sri Ambarwati selaku orang tua penulis yang tiada henti memberikan doa dan mengobarkan semangat kepada penulis dari lahir hingga menyelesaikan studi S-1.
6. Kakak dan adik kandung serta keluarga besar yang telah memberikan dorongan dan dukungan motivasi kepada penulis.
7. Seluruh teman-teman dan sahabat penulis yang telah memberikan dukungan, semangat, dan banyak bantuan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan untuk menjadi perbaikan selanjutnya dan dapat menyempurnakan di masa depan.

Semarang, Juni 2024

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR ILUSTRASI	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan	6
1.3. Manfaat	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Minyak Goreng.....	7
2.2. Pemasaran Produk	10
2.3. Pasar Tradisional	12
2.4. Preferensi Konsumen.....	15
2.5. Atribut Produk.....	20
2.6. Keputusan Pembelian	21
2.7. Tipe Keputusan Pembelian	23
2.8. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	25
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1. Kerangka Pemikiran	33
3.2. Hipotesis.....	35
3.3. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	35
3.4. Metode Penelitian	36

3.5. Penentuan dan Pengambilan Sampel	36
3.6. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	37
3.7. Analisis Data	38
3.8. Konsep dan Pengukuran Variabel	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1. Gambaran Umum Kota Salatiga.....	48
4.2. Karakteristik Responden Minyak Goreng.....	50
4.3. Perilaku Pembelian Konsumen Minyak Goreng	55
4.4. Preferensi Minyak Goreng	63
4.5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	80
5.1. Simpulan	80
5.2. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	91
RIWAYAT HIDUP	143

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Standar Mutu Minyak Goreng.....	8
2. <i>Top Brand Awards</i> dalam Industri Minyak Goreng Bermerek di Indonesia Tahun 2019 – 2023	12
3. Tipe Keputusan Pembelian pada Konsumen.....	23
4. Atribut Minyak Goreng dan Levelnya	39
5. Desain Stimuli Atribut Minyak Goreng.....	40
6. Skor Rating Penilaian	40
7. Kategori Jawaban Responden.....	44
8. Pasar Tradisional di Kota Salatiga.....	49
9. Karakteristik Responden Minyak Goreng.....	51
10. Alasan Melakukan Pembelian di Pasar Tradisional	56
11. Pengeluaran Pembelian Minyak Goreng	58
12. Intensitas Pembelian Minyak Goreng	59
13. Jumlah Konsumsi Minyak Goreng.....	60
14. Jenis Minyak Goreng yang dibeli	62
15. Hasil Analisis Konjoin Preferensi Minyak Goreng	63
16. <i>Importance Values</i> Atribut Minyak Goreng	65
17. Uji Validitas Hasil Analisis Konjoin.....	68

18. Uji Reliabilitas Variabel	70
19. Hasil Uji Regresi Logistik	70
20. Hasil Uji Parsial	72

DAFTAR ILUSTRASI

Nomor	Halaman
1. Model <i>Hierarchy Of Effect</i>	17
2. Proses Pengambilan Keputusan.....	22
3. Grafik Harga Minyak Goreng Tahun 2020 – 2023.....	29
4. Kerangka Pemikiran.....	34

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Peta Lokasi Penelitian.....	91
2. Kuesioner	92
3. Identitas Responden.....	99
4. Perilaku Pembelian Konsumen.....	103
5. Data Preferensi Konsumen.....	107
6. Data Faktor Keputusan Pembelian	111
7. Tabulasi Data.....	125
8. Hasil Uji Validitas	130
9. Hasil Uji Reliabilitas.....	135
10. Hasil Analisis Konjoin	137
11. Hasil Analisis Regresi Logistik.....	138
12. Dokumentasi	141