



PENGARUH PENDAPATAN, HARGA DAN MEREK (BIMOLI DAN FILMA) TERHADAP JUMLAH MINYAK GORENG YANG DIBELI (Studi Kasus : Ibu- ibu Rumah Tangga Kecamatan Kuala Simpang)

MYRNA PRATIWI NASUTION¹, MUHAMMAD FATHEH SYUHADA²

^{1,2} Program Studi Agribisnis, Fakultas Agro Teknologi Universitas Prima Indonesia
E-mail : myrnapratiwi88@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian minyak goreng bermerek, Penggunaan variable-variabel tersebut berdasarkan hasil penelitian terdahulu, yaitu Farah Zakia, Safrida (2017), Lailatun Najmi Dalimunthe (2012), dan Faoeza (2009). Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Kota Kuala Simpang, responden yang digunakan sebanyak 100 ibu- ibu rumah tangga. Adapun alat uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan regresi linier berganda dengan menggunakan perangkat lunak SPSS 17. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan pendapatan per bulan, harga, merk (bimoli), dan merk (filma) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian, dan secara parsial pendapatan per bulan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, harga memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, merk (bimoli) memiliki pengaruh positif signifikan dan merk (filma) memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Minyak Goreng Bermerek, Keputusan Pembelian, Analisis Regresi Linier Berganda.

PENDAHULUAN

Produksi kelapa sawit di Indonesia di tahun 2015 tercatat sebesar 31,28 juta ton. Produksi ini berasal dari 11,3 juta ha luas areal perkebunan kelapa sawit dimana 50,77% diantaranya diusahakan oleh perusahaan swasta (PBS), 37,45% diusahakan oleh rakyat (PR) dan sisanya diusahakan oleh perkebunan milik negara (PBN). (Direktorat Jendral Perkebunan, 2014-2016). Crude Palm Oil (CPO) merupakan salah satu andalan produk pertanian Indonesia baik sebagai bahan baku minyak goreng maupun komoditas ekspor. Untuk mencapai keuntungan maksimum maka perusahaan penghasil CPO perlu memproduksi secara efisien (Badan Pusat Statistik, 2015).

Minyak goreng yang paling banyak digunakan adalah minyak goreng yang bahan bakunya dari kelapa sawit. Minyak

goreng kelapa sawit ini terbagi ke dalam dua segmen, yaitu minyak goreng bermerek dan minyak goreng tidak bermerek atau yang biasa disebut minyak curah. Keduanya adalah sama-sama hasil dari proses industri. Namun, berbeda dari kualitas dan prosesnya. Untuk minyak goreng bermerek penyaringan dilakukan 2-4 kali proses penyaringan, minyak yang jernih dan dikemas dengan merek tertentu. Sedangkan minyak goreng tidak bermerek hanya dilakukan satu kali penyaringan, minyak berwarna kuning keruh dan didistribusikan dalam bentuk non kemasan.

Dengan demikian, berdasarkan permasalahan maka peneliti ingin mengetahui Faktor-Faktor apa Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Minyak Goreng Bermerek (Studi Kasus :

Pada Ibu-Ibu Rumah Tangga Kecamatan Kota Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang).

BAHAN DAN METODE

Penelitian dilakukan di Kecamatan Kota Kuala Simpang Kabupaten Aceh Tamiang dilakukan pada ibu rumah tangga. Data dalam penelitian ini berupa data primer dan sekunder. Data primer yaitu data asli yang dikumpulkan secara langsung dari konsumen sebagai sumber data menggunakan kelengkapan kuesioner dan wawancara. Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini antara lain data lembaga lain seperti BPS Aceh Tamiang, internet dan sumber lain yang dapat mendukung data dalam penelitian ini. Badan pusat statistik Aceh Tamiang menyebutkan bahwa jumlah ibu rumah tangga di Kecamatan Kota Kuala Simpang Aceh Tamiang pada tahun 2017 sebesar 4.721 jiwa. Dalam penelitian ini jumlah yang ditentukan oleh peneliti sebesar 100 responden. Responden dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga yang mengkonsumsi minyak goreng bermerek. Jumlah sampel yang digunakan dengan Rumus Slovin yang digunakan untuk menentukan ukuran minimal sampel yang dibutuhkan dari suatu populasi adapun rumusnya sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Nilai kritis yang digunakan (10%)

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)} = \frac{4721}{(1 + 4721 \cdot 0,1^2)} = \frac{4721}{4722 \cdot 0,01} = \frac{4721}{47,22} = 99,97$$

Dalam penelitian ini jumlah yang ditentukan oleh peneliti sebesar 100 responden. Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah dengan analisis regresi linier berganda.

Pengujian Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat variabel terikat dan variabel bebas dalam model regresi memiliki distribusi yang

normal atau tidak, jika berdistribusi data normal atau mendekati normal maka model regresi baik. Cara lain yang digunakan untuk pengujian normalitas yaitu uji grafik normal P-Plot dan Uji Non parametrik Kolmogrov Smirnov (Ghozali, 2011).

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk melihat apakah ada variabel yang saling berkorelasi pada variabel bebas (*independen variable*). Jika terjadi korelasi maka terdapat masalah multikolinieritas sehingga model regresi tidak dapat digunakan. Ghozali (2005) pengujian ini dapat dilihat melalui Nilai *Variance Inflation Factor*.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2011). Siregar, L. (2016) untuk mendeteksi apakah ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat diuji dengan menggunakan Uji *Glejser* dengan nilai probabilitas signifikannya diatas tingkat kepercayaan 5%.

Uji Autokorelasi

Digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi penelitian ini menggunakan metode Uji *Runs Test* (Ghozali, 2011).

Regresi Linier Berganda

Regresi Linear Berganda adalah model regresi yang digunakan untuk menganalisis pengaruh antara beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Secara sistematis dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 D_1 + \beta_4 D_2 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan Pembelian (Jumlah yang di beli kg/bulan)

β_0 = Intersep

β_1, \dots, β_4 = koefisien parameter variabel independen

- X_1 = Pendapatan Per Bulan (Rp/bulan)
 X_2 = Harga (Rp/liter)
 D_1 = Merek Bimoli (1 = Bimoli, 0 = Lainnya)
 D_2 = Merk Filma (1 = Filma, 0 = Lainnya)
 e = error sampling

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Asumsi Klasik

Pengujian asumsi model analisis digunakan karena model penelitian ini adalah dengan menggunakan regresi linier berganda pengujian yang dilakukan adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam model regresi berganda distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan pengujian *One Sample - Kolmogorov Smirnov* yang diperoleh dari pengujian terhadap nilai residual dari model regresi. Tingkat signifikansi yang digunakan $\alpha = 0,05$. Dasar pengambilan keputusan adalah melihat angka probabilitas p , dengan ketentuan sebagai berikut (Ghozali, 2013).

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.5271821
		8
Most Extreme Differences	Absolute	.133
	Positive	.109
	Negative	-.133
Kolmogorov-Smirnov Z		1.328
Asymp. Sig. (2-tailed)		.059

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : hasil penelitian 2018, (data diolah)

Dari Tabel tersebut menunjukkan bahwa variable residual berdistribusi normal karena uji *One Sample - Kolmogorov Smirnov* menunjukkan nilai

diketahui nilai probabilitas p atau *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,059. Karena nilai probabilitas p , yakni 0,059, lebih besar dibandingkan tingkat signifikansi, yakni 0,05. dari hasil tersebut dapat disimpulkan data berdistribusi normal. Hal ini berarti asumsi normalitas terpenuhi.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2013). Nilai VIF yang lebih kecil dari 10 diindikasikan suatu variabel bebas tidak terjadi multikolinieritas (Ghozali, 2013).

Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Pendapatan(Rp/bln)	.750	1.333
Harga(Rp/bln)	.807	1.239
Bimoli	.727	1.376
Filma	.793	1.261

Sumber : hasil penelitian 2018, (data diolah)

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas dapat diketahui bahwa nilai VIF untuk masing-masing variabel mempunyai nilai <10 maka tidak terdapat persoalan multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji statistik Glejser dipilih karena lebih dapat menjamin keakuratan hasil dibandingkan dengan uji grafik plot yang dapat menimbulkan bias. Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan variabel bebas terhadap nilai absolute residual-nya terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013). Kriteria yang digunakan untuk menyatakan apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak di antara data pengamatan dapat dijelaskan dengan menggunakan koefisien signifikansi. Koefisien signifikansi harus dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan sebelumnya (5%). Apabila koefisien

signifikansi lebih besar dari tingkat signifikansi yang ditetapkan, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas (homoskedastisitas). Jika koefisien signifikansi lebih kecil dari

tingkat signifikansi yang ditetapkan, maka dapat disimpulkan terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji dapat kita lihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser, Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
1 (Constant)	.985	.779		1.265	.209
Pendapatan (Rp/bln)	5.027	.000	.189	1.624	.108
Harga (Rp/bln)	-1.228	.000	-.026	-.229	.819
Bimoli	-.036	.234	-.018	-.154	.878
Filma	-.038	.305	-.014	-.126	.900

a. Dependent Variable: glejser

Berdasarkan Tabel 5, dapat dilihat bahwa data variabel pendapatan, harga, merk (bimoli) dan merk (filma) memiliki nilai sig 0,108, 0,819, 0,878, 900 > 5%. Hal ini membuktikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model yang digunakan.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Dalam penelitian ini menggunakan metode pengujian uji *Runs Test*.

Menurut (Duwi Priyatno, 2014) Pengambilan keputusan pada uji *Runs Test* sebagai berikut :

1. Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) < dari 0,05 maka terdapat gejala autokorelasi.
2. Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > dari 0,05 maka tidak terdapat gejala autokorelasi.

Uji autokorelasi dalam penelitian ini digunakan uji *Runs Test*. Hasil berdasarkan uji *Runs Test* dapat dilihat pada Tabel 6 sebagai berikut:

Tabel 6. Uji Autokorelasi dengan Uji Runs Test

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.38298
Cases < Test Value	50
Cases >= Test Value	50
Total Cases	100
Number of Runs	53
Z	.402
Asymp. Sig. (2-tailed)	.688

a. Median

Sumber : hasil penelitian 2018, (data diolah)

Berdasarkan hasil uji *Runs Test* pada Tabel 6, diketahui bahwa nilai dari statistik *Runs* adalah 0,688. Perhatikan bahwa karena nilai statistik *Runs* 0,688 > 0,05, maka asumsi non-autokorelasi terpenuhi. Dengan kata lain, tidak terjadi gejala autokorelasi.

Analisis Regresi Berganda

Sebagaimana yang telah dipaparkan dalam metode penelitian untuk mengetahui

pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan

software SPSS VERSI 17. Berdasarkan hasil uji dapat kita dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian

Model	Coefficients ^a		Standardized		
	Unstandardized Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
(Constant)	4.408	1.218		3.620	.000
1 Pendapatan(Rp/bln)	2.842	.000	.559	5.870	.000
Harga(Rp/bln)	2.699	.000	.030	.322	.748
Bimoli	.370	.366	.098	1.011	.033
Filma	.555	.478	.108	1.162	.248

a. Dependent Variable: Keputusan_Membeli
Sumber : hasil penelitian 2018, (data diolah)

Berdasarkan hasil uji pada tabel diatas, sebagaimana yang telah dipaparkan dalam metode penelitian untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independen (pendapatan, harga, merk (bimoli, filma) terhadap variabel dependen (jumlah minyak goreng yang dibeli) yang kemudian ditransformasikan dalam bentuk variable dummy kedalam persamaan fungsi produksi menggunakan analisis regresi berganda dengan menggunakan bantuan software SPSS VERSI 17. Model yang diestimasi sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 D_1 + \beta_4 D_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian (Jumlah yang di beli kg/bulan)

β_0 = Intersep

β_1, \dots, β_4 = koefisien parameter variabel independen

X_1 = Pendapatan Per Bulan (Rp/bulan)

X_2 = Harga (Rp/liter)

D_1 = Merek Bimoli (1 = Bimoli, 0 = Lainnya)

D_2 = Merk Filma (1 = Filma, 0 = Lainnya)

e = error sampling

Berdasarkan persamaan regresi diatas mengenai variabel – variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

• **Konstant (α) = 4.408**, ini menunjukkan nilai *constant*, dimana jika variabel pendapatan per bulan (X_1), harga (X_2),

merk bimoli (D_1), merk filma (D_2) = 0, maka nilai keputusan pembelian = 4.408.

- **Koefisien regresi X_1 (Pendapatan per bulan) sebesar 2.842**, artinya apabila Pendapatan per bulan naik sebesar satu satuan maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 2.842 dengan asumsi bahwa variabel bebas lain dari model regresi adalah tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel pendapatan per bulan dengan keputusan pembelian.
- **Koefisien regresi X_2 (Harga) sebesar 2.699**, artinya apabila harga naik sebesar satu satuan maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 2.699 dengan asumsi bahwa variabel bebas lain dari model regresi adalah tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel harga dengan keputusan pembelian.
- **Koefisien regresi D_1 (Merk Bimoli) sebesar 0.370**, artinya apabila merk bimoli naik sebesar satu satuan maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebanyak 0.370 dengan asumsi bahwa variabel bebas lain dari model regresi adalah tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel merk bimoli dengan keputusan pembelian.
- **Koefisien regresi D_2 Merk Filma sebesar 0.555**, artinya apabila merk filma naik sebesar satu satuan maka akan meningkatkan keputusan

pembelian sebanyak 0.555 dengan asumsi bahwa variabel bebas lain dari model regresi adalah tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel merk filma dengan keputusan pembelian.

Pengujian Hipotesis Uji Parsial (uji-t)

Pengujian ini dilakukan untuk

mengetahui seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas secara parsial (individual) terhadap variasi variabel terikat. Hal ini dapat kita lihat pada Tabel 8 sebagai berikut :

Kriteria pengujian :

Jika sig. $t \leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Jika sig. $t > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Tabel 8. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	4.408	1.218		
Pendapatan(Rp/bln)	2.842	.000	.559	5.870	.000
¹ Harga(Rp/bln)	2.699	.000	.030	.322	.748
Bimoli	.370	.366	.098	1.011	.033
Filma	.555	.478	.108	1.162	.248

a. Dependent Variable: Keputusan_Membeli

Sumber : hasil penelitian 2018, (data diolah)

- Variabel Pendapatan perbulan memiliki nilai Sig. $0.000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya pendapatan per bulan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng bermerek.
- Variabel Harga memiliki nilai Sig. $0.748 > 0,05$ sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng bermerek.
- Variabel merk (bimoli) memiliki nilai Sig. $0.033 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya merk (bimoli) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng bermerek.

- Variabel Merk (filma) memiliki nilai Sig. $0.248 > 0,05$ sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya merk (filma) secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian minyak goreng bermerek.

Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 9.

Kriteria pengujian :

Jika sig. $F < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Jika sig. $F > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Tabel 9. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji-F)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	126.264	4	31.566	12.987	.000 ^a
Residual	230.896	95	2.430		
Total	357.160	99			

a. Predictors: (Constant), Filma, Harga(Rp/bln), Pendapatan(Rp/bln), Bimoli

b. Dependent Variable: JLHMGdibeli(Lt/bln)

Sumber : hasil penelitian 2018, (data diolah)

Dari Tabel diatas dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$), Berdasarkan hasil analisis data diperoleh signifikansi uji F sebesar 0,000 atau lebih kecil dari kriteria signifikansi yang telah ditetapkan yaitu sebesar $\alpha = 0,05$. Dengan demikian dapat diambil keputusan tolak H_0 , yang artinya secara bersama-sama variabel bebas (pendapatan perbulan (X_1), harga (X_2), merk (bimoli), (D_3) dan merk (filma) (D_4)) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian minyak goreng bermerek (Y)).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel Independen (X) secara simultan terhadap variabel Dependen (Y). Jika $R^2 = 1$, berarti besarnya persentase sumbangan X terhadap variasi Y secara bersama-sama adalah 100%. Semakin dekat R^2 dengan satu, maka makin cocok garis regresi untuk meramalkan Y.

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.595 ^a	.354	.326	1.55900	2.178

a. Predictors: (Constant), Filma, Harga(Rp/bln), Pendapatan(Rp/bln), Bimoli

b. Dependent Variable: JLHMGdibeli(Lt/bln)

Sumber : hasil penelitian 2018, (data diolah)

Berdasarkan tabel 10. Hasil perhitungan dengan menggunakan bantuan program SPSS 17 seperti yang ada pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai (R) yang dihasilkan adalah sebesar 0.595 artinya mempunyai hubungan cukup kuat. Nilai R square adalah sebesar 0,354 atau 35,4%. Ini berarti pembelian minyak goreng bermerek sebanyak 35,4 % dipengaruhi oleh Pendapatan perbulan, harga, merk (bimoli), dan merk (filma) dan sisanya sekitar 64,6 % di pengaruhi oleh faktor lain.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji asumsi klasik, model regresi memenuhi uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedasitas, uji multikolinieritas dan

uji autokorelasi, Untuk membahas rumusan masalah dapat dilihat berdasarkan hasil analisis statistik data kuisisioner pada uji t, uji f, dan uji R^2 sebagai berikut :

Pengaruh Variabel Pendapatan Per Bulan Secara Parsial Terhadap Keputusan Membeli.

Berdasarkan uji t pada Tabel 8. didapatkan koefisien pengaruh variabel pendapatan per bulan terhadap keputusan pembelian minyak goreng bermerek adalah 2.842 dengan signifikan $0,000 < 0,05$. Yang artinya pendapatan per bulan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian minyak goreng bermerek (Ibu-ibu Rumah Tangga Kecamatan Kota Kuala Simpang). Hal itu

memberikan indikasi bahwa besar dan kecilnya pendapatan yang dimiliki oleh konsumen adalah salah satu faktor untuk terciptanya keputusan pembelian minyak goreng bermerek pada ibu-ibu rumah tangga kecamatan kota kuala simpang.

Dimana Pendapatan merupakan total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu (Mahyu Danil, 2013: 108). Pendapatan rumah tangga akan menentukan tingkat konsumsi secara seunit kecil atau dalam keseluruhan ekonomi (Sadono Sukirno, 2011:108). Pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi. Sering kali dijumpai dengan bertambahnya pendapatan, maka barang yang akan dikonsumsi bukan saja bertambah tetapi juga kualitas barang tersebut juga ikut menjadi perhatian. Misalnya sebelum ada penambahan pendapatan, minyak goreng yang dikonsumsi adalah minyak goreng dengan kualitas yang kurang baik (minyak curah), akan tetapi setelah adanya penambahan pendapatan maka kualitas minyak goreng yang dikonsumsi menjadi lebih baik (bermerek).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Myrna Pratiwi Nasution (2016), yang menyatakan bahwa pendapatan per bulan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Willingness to pay* beras di Kota Medan.

Pengaruh Variabel Harga Secara Parsial Terhadap Keputusan Membeli.

Berdasarkan uji t pada Tabel 8. didapatkan koefisien pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian minyak goreng bermerek adalah 2.699 dengan signifikan $0.748 > 0,05$. Yang artinya harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian minyak goreng bermerek (Ibu-ibu Rumah Tangga Kecamatan Kota Kuala Simpang). Hasil ini menjelaskan bahwa sebagian konsumen tidak mempertimbangkan harga sebagai keputusan pembelian, meskipun harga yang tinggi atau rendah tetapi tidak sesuai dengan kualitas produk yang didapat, konsumen tentu akan merasa kecewa. Mungkin konsumen dari kalangan kelas bawah yang lebih mempertimbangkan harga. Untuk masyarakat kalangan kelas menengah

apalagi kalangan kelas atas, harga bukanlah masalah. Bagi mereka yang terpenting adalah produk yang sesuai dengan keinginan mereka atau produk keluaran terbaru yang sedang menjadi trend.

Jadi harga tidak mempengaruhi keputusan pembelian dimana Semakin mahal harga minyak goreng kemasan yang ditawarkan maka semakin sedikit konsumen untuk memutuskan membeli minyak goreng kemasan di kecamatan Kota Kuala Simpang. Hal ini sesuai dengan hukum permintaan dan penawaran dimana jika harga naik maka permintaan menurun dan jika harga turun maka permintaan akan naik. Menurut wahyudi (2004) harga merupakan indikator dari kualitas dan manfaat produk. Persepsi konsumen berbeda – beda terhadap minyak goreng. Minyak goreng yang berwarna kemerahan biasanya mengandung Pro vitamin A, Namun kebanyakan produsen melakukan penyaringan hingga berkali – kali karena masyarakat banyak menyukai minyak goreng yang berwarna kuning jernih. Proses penyaringan ini yang mentukan harga minyak. Semakin banyak disaring dan memakai beberapa bahan penyaringan maka harganya pun semakin mahal.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Nurhayati (2017), yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta.

Pengaruh Variabel Merk (bimoli) Secara Parsial Terhadap Keputusan Membeli.

Berdasarkan uji t pada Tabel 8 didapatkan koefisien pengaruh variabel merk (bimoli) terhadap keputusan pembelian minyak goreng bermerek adalah 1,011 dengan signifikan $0,315 > 0,05$. Yang artinya merk (bimoli) tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian minyak goreng bermerek (Ibu-ibu Rumah Tangga Kecamatan Kota Kuala Simpang). Kehidupan modern sering kali diidentikan dengan gaya hidup yang mengikuti trend atau perkembangan jaman. Kondisi ini keputusan memilih merk turut berperan dalam gaya hidup modern sehingga

keinginan untuk membeli produk yang bermerek turut mewarnai pola konsumsi konsumen. Kehidupan masyarakat modern memiliki implikasi pada peran merk. Keistimewaan yang diteliti dalam penelitian ini sebagai bagian dari atribut produk secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian minyak goreng merek Bimoli oleh konsumen. Artinya konsumen tidak sekedar menginginkan produk tapi juga merk. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng merk bimoli. Merk yang baik adalah merk yang memiliki ekuitas tinggi yaitu sudah dikenal luas (brand awareness), memiliki asosiasi (brand association) yang sangat positif, memiliki image (perceived quality) yang baik, mempunyai konsumen yang sangat loyal terhadap merk (brand loyalty) hubungan dengan perantara (Simamora 2000), Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi Randang (2013), yang menyatakan bahwa ekuitas merk berpengaruh terhadap keputusan pembelian minyak goreng merek Bimoli oleh konsumen.

Pengaruh Variabel Merk (filma) Secara Parsial Terhadap Keputusan Membeli.

Berdasarkan uji t pada Tabel 8 didapatkan koefisien pengaruh variabel merk (filma) terhadap keputusan pembelian minyak goreng bermerek adalah 1,162 dengan signifikan $0,248 > 0,05$. Yang artinya merk (filma) tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian minyak goreng bermerek (Ibu-ibu Rumah Tangga Kecamatan Kota Kuala Simpang). Merk adalah nilai tambah yang di letakkan pada sebuah merk agar diterima dan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen saat membeli produk tersebut. Produk yang memiliki ekuitas merk yang kuat akan meningkatkan loyalitas dari konsumen, sebaliknya ekuitas merk yang bernilai negatif dari sebuah produk akan menurunkan loyalitas pelanggan. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa ekuitas merk tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Ini menunjukkan bahwa ekuitas merk bukan merupakan salah satu faktor

yang mempengaruhi keputusan pembelian. Masing – masing perusahaan harus memiliki strategi untuk memenangkan konsumen dan dapat bertahan di tengah ketatnya persaingan. Menurut Fandy Tjiptono (2007), Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh osiel Driand Pandensolang dan Hendra N Tawas (2013), yang menyatakan bahwa ekuitas merk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian coca – cola pada PT.Bangun Wenang Beverges Company di Manado.

Pengaruh Variabel Pendapatan Per Bulan, Harga, Merk (bimoli), dan Merk (filma) Secara Simultan Terhadap Keputusan Membeli.

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 9 diperoleh nilai *sig* adalah 0,000. Dengan demikian perilaku konsumen yang terdiri dari pendapatan per bulan, harga, merk (bimoli), dan merk (filma). Berpengaruh secara bersama – sama (simultan) terhadap keputusan pembelian minyak goreng bermerek Berdasarkan analisis regresi berganda di peroleh nilai koefisien determinasi $R^2 = 0,354$. Ini ditunjukkan bahwa 35,4% variasi dari variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh pendapatan per bulan, harga, merk (bimoli), dan merk (filma). Sisanya sebesar 64,6% dipengaruhi oleh variabel lain. Hasil penelitian ini menunjukkan masih ada variabel lain selain pendapatan per bulan, harga, merk (bimoli), dan merk (filma) yang mempengaruhi keputusan pembelian tapi tidak dimasukkan dalam model analisis. Berdasarkan model perilaku konsumen dalam proses pembelian menurut Kotler dan Keller (2009), yang menyatakan masih ada variabel lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian seperti faktor budaya, sosial, dan pribadi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pendapatan per bulan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng bermerek (Ibu-ibu Rumah Tangga Kecamatan Kota Kuala Simpang).

2. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng bermerek (Ibu-ibu Rumah Tangga Kecamatan Kota Kuala Simpang).
3. Merk (Bimoli) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng bermerek (Ibu-ibu Rumah Tangga Kecamatan Kota Kuala Simpang).
4. Merk (Filma) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng bermerek (Ibu-ibu Rumah Tangga Kecamatan Kota Kuala Simpang).
5. Pendapatan per bulan, harga, merk (Bimoli), dan merk (Filma) berpengaruh signifikan dengan keputusan membeli minyak goreng bermerek (Ibu-ibu Rumah Tangga Kecamatan Kota Kuala Simpang).

- Kotler, Philip dan Gary, Amstrong. 2012:272. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Iman Nurmawan .Jakarta: Erlangga.
- Kukuh, 2010. *Minyak Goreng yang Baik*. <http://www.kompasiana.com>. [Diakses 3/2011].
- Sadono Sukirno. 1999. *Pengantar Teori Makroekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo.Persada.
- Simamora (2000), *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, PT Gramedia, Jakarta.
- Siregar, L. 2016. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Kelapa Sawit (Elaeis guineensis Jacq) di PT. PERKEBUNAN IV Unit Kebun Adolina*, Skripsi. Medan : Fakultas Agroteknologi Universitas Prima Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2015. *Statistik Kelapa Sawit Indonesia 2014*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Badan Standarisasi Nasional. SNI-3741-2013 (*Standart Mutu Minyak Goreng*). Badan Standarisasi Nasional : Jakarta.
- Direktorat Jenderal Perkebunan. 2013. *Statistik Perkebunan Indonesia. Kelapa Sawit 2014-2016*. Kementerian Pertanian. Jakarta.
- Fandy Tjiptono, 2007, *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua, Penerbit andi: Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi analisis Multivariate dengan Progrsm SPSS*. Semarang: Universitas Deponegoro.
- Khoirina, Anindya (2011) Faktor-Faktor yang mempengaruhi Tingkat Konsumsi, Diakses pada tanggal 23 Februari 2016 dari <https://anindyaaditakhoirina.wordpress.com/2011/04/17/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-tingkat-konsumsi/>
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.