

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
MINYAK GORENG KEMASAN DAN MINYAK GORENG
CURAH DI KELURAHAN TEMBUNG**

SKRIPSI

OLEH

**PUTRI AN NURI
188220034**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 1/7/24

Access From (repository.uma.ac.id)1/7/24

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
MINYAK GORENG KEMASAN DAN MINYAK GORENG
CURAH DI KELURAHAN TEMBUNG**

SKRIPSI

*Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Medan Area*



OLEH

**PUTRI AN NURI
188220034**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 1/7/24

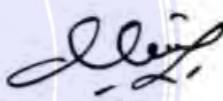
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)1/7/24

Judul Skripsi :ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINYAK GORENG KEMASAN DAN MINYAK GORENG CURAH DI KELURAHAN TEMBUNG
Nama : PUTRI AN NURI
NPM : 188220034
Fakultas : PERTANIAN

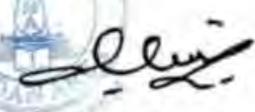
Disetujui Oleh:
Komisi Pembimbing


Dr. Ir. Zulheri Noer, MP
Pembimbing I


Marizha Nurcahyani, S.ST, M. Sc
Pembimbing II

Diketahui Oleh:


Dr. Siswa Panjang Hernosa, SP.M.Si
Dekan


Marizha Nurcahyani, S.ST, M.Sc
Ketua Program Studi

Tanggal Lulus : 22 Maret 2024

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

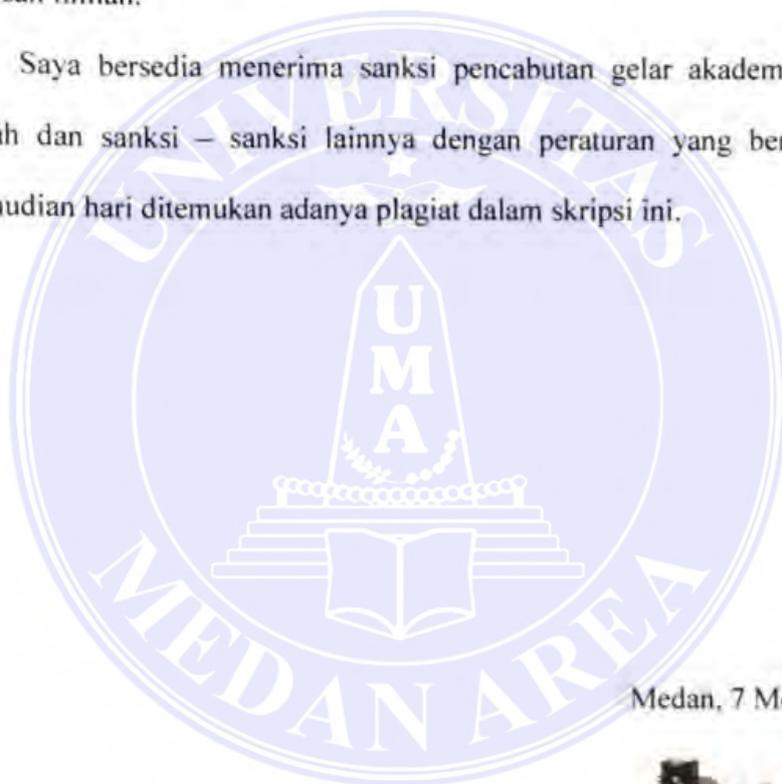
Document Accepted 1/7/24

Access From (repository.uma.ac.id)1/7/24

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi – sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



Medan, 7 Mei 2024



Putri An Nuri
188220034

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri An Nuri

NIM : 188220034

Program Studi : Agribisnis

Fakultas : Pertanian

Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneklusif** (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul : "ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINYAK GORENG KEMASAN DAN MINYAK GORENG CURAH DI KELURAHAN TEMBUNG".

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (data base), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 7 Mei 2024

Yang menyatakan


Putri An Nuri

ABSTRAK

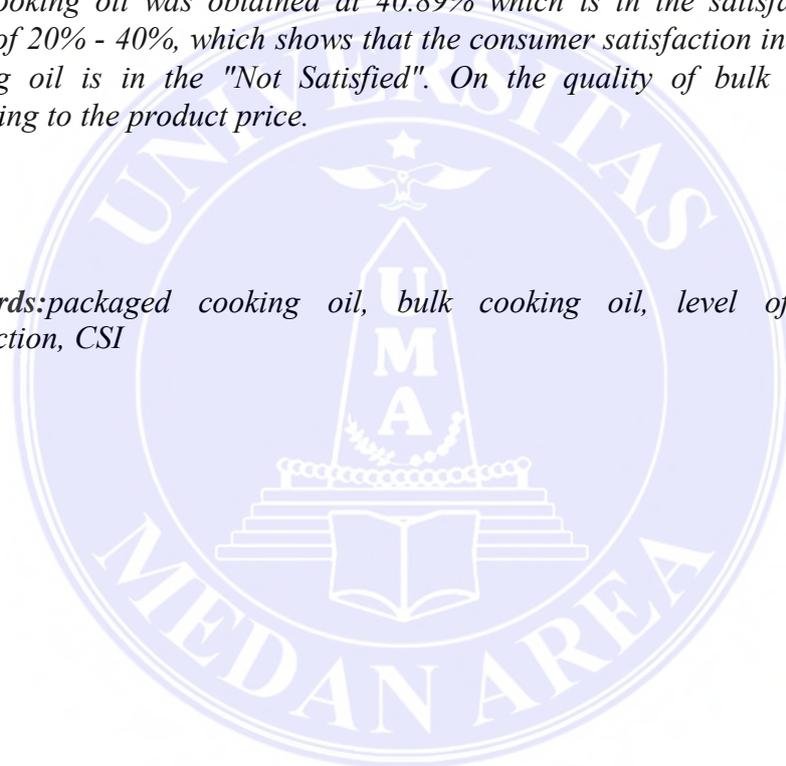
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar tingkat kepuasan konsumen terhadap minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah di Kelurahan Tembung. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan april – mei 2023 bertempat di Kelurahan Tembung. Penelitian ini dilakukan dengan sengaja (*purposive sampling*) dengan 30 responden minyak kemasan dan 30 responden minyak curah. Analisis data menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen minyak goreng kemasan secara menyeluruh dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) diperoleh sebesar 69,25% yang berada pada rentang indeks kepuasan 60% - 80% yang menunjukkan bahwa indeks kepuasan konsumen minyak goreng kemasan berada dalam kategori “Puas”. Terhadap harga minyak goreng kemasan tergantung ukuran produk. Sedangkan tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut minyak cangoreng curah diperoleh sebesar 40,89% yang berada pada rentang indeks kepuasan 20% - 40% yang menunjukkan bahwa indeks kepuasan konsumen minyak goreng curah berada dalam kategori “Tidak Puas”. Terhadap kualitas minyak goreng curah sesuai dengan harga produk.

Kata Kunci: Minyak Goreng Kemasan, Minyak Goreng Curah, Tingkat kepuasan Konsumen, CSI

Abstract

This research aims to find out the level of consumer satisfaction with packaged cooking oil and bulk cooking oil in Tembung Village. This research was carried out in April – May 2023 at Tembung Village. This research was conducted deliberately (purposive sampling) with 30 packaged oil respondents and 30 bulk oil respondents. Data analysis uses the Customer Satisfaction Index (CSI). The results of this research show that the overall satisfaction level of packaged cooking oil consumers using the Customer Satisfaction Index (CSI) method is 69.25%, which is in the satisfaction index range of 60% - 80%, which shows that the consumer satisfaction index for packaged cooking oil is in the category "Satisfied". The price of packaged cooking oil depends on the size of the product. Meanwhile, the level of consumer satisfaction with the attributes of bulk cooking oil was obtained at 40.89% which is in the satisfaction index range of 20% - 40%, which shows that the consumer satisfaction index for bulk cooking oil is in the "Not Satisfied". On the quality of bulk cooking oil according to the product price.

Keywords: *packaged cooking oil, bulk cooking oil, level of consumer satisfaction, CSI*



RIWAYAT HIDUP



Putri An Nuri dilahirkan pada tanggal 20 Agustus 2000 di Kecamatan Medan Tembung, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara. Anak ke dua dari dua bersaudara dari pasangan Sungkono dan Rahma Wati Lubis.

Pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 101764 Bandar Klippa, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang. Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 2 Percut Sei Tuan, Selanjutnya Pendidikan di Sekolah Menengah Atas SMA Prayatna Medan, Sumatera Utara.

Pada bulan September 2018, menjadi mahasiswa pada Fakultas Pertanian Universitas Medan Area pada Program Studi Agribisnis.

Selama mengikuti perkuliahan, penulis pernah menjadi anggota Cikal Nursery (CN) pada tahun 2018, Penulis melaksanakan praktek kerja lapangan (PKL) di BPTP SUMUT (IP2TP GURGUR Kab. Tobasa), Sumatera Utara.

KATA PENGHANTAR

Segala puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi inidengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Minyak Goreng Kemasan Dan Minyak Goreng Curah Di Kelurahan Tembung”.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan serta satu Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan rasa hormat kepada :

1. Dr. Siswa Panjang Hernosea, SP, M.Si Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.
2. Marizha Nurcahyani, S.ST., M.ScSelaku Ketua Prodi Agribisnis Universitas Medan Area.
3. Dr. Ir. Zulheri Noer, MPSelakuKetua Komisi Pembimbing yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis selama masa penyusunanskripsi ini.
4. Marizha Nurcahyani, S.ST., M.ScSelakuAnggota Komisi Pembimbing yang telah membimbing dan memperhatikan selama masa penyusunan skripsi.
5. Marizha Nurcahyani, S.ST., M.Sc Selaku Dosen Pembimbing Akademik ProgramStudi Agribisnisi di Fakultas Universitas Medan Area.
6. Bapak dan Ibu serta staf pegawai Program Studi Agribisnis yang telah banyak memberikan pengetahuan selama masa pendidikan di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.

7. Kepada keluarga tercinta saya terkhusus untuk Ibu saya Rahma Wati Lubis dan Ayah saya Sungkono serta saudara penulis yang telah banyak memberikan dukungan baik itu secara moral dan juga materi, serta kasih sayang dan doa – doanya yang tiada henti mereka panjatkan kepada Allah SWT untuk memberikan semangat selama masa menjalani pendidikan di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.

8. Seluruh rekan – rekan Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Medan Area Khususnya rekan – rekan satu angkatan stambuk 2018 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.

9. Kepada Ibu Marlinda, SE selaku Lurah Kelurahan Tembung yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian di daerah Tembung dan semua pedagang serta konsumen ibu rumah tangga yang telah memberikan waktu dan kesempatan bersedia menjadi subjek penelitian.

Semua pihak yang telah membantu selama penelitian dan penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak pembaca dan khususnya bagi penulis.

Penulis



Putri An Nuri

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN ABSTRAK	vi
HALAMAN ABSTRACT	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATAPENGHANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 KerangkaPemikiran.....	11
11. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1Kelapa Sawit.....	14
2.1.1 Minyak Goreng.....	14
2.1.2 Minyak Goeng Kemasan.....	20
2.1.3 Minyak Goreng Curah	21
2.2 Konsumen	23
2.3 Kepuasan Konsumen	24
2.3.1Pengertian Kepuasan	24
2.3.2Konsep Kepuasan Pelanggan.....	27
2. 3.3Ciri – Ciri Kepuasan Konsumen dan Ketidakpuasan Konsumen	29
2.3.4 Manfaat Kepuasan Konsumen	31
2.4 Kepuasan Konsumen Dalam Memilih Produk	32
2.5 Alat Analisis Data Minyak Goreng Kemasan Dan Minyak Goreng Curah	34
2.5.1 Skala Likert	35
2.5.2 Uji Validitas	35
2.5.3 Uji Realibilitas.....	35
2.5.4 Customer Statisfaction Index (CSI).....	36
2.6 Penelitian Terdahulu	36
III. METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian	41

3.2 Metode Pengambilan Sampel	41
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	42
3.4 Metode Analisis Data	44
3.4.1 Uji Validitas	45
3.4.2 Uji Realibilitas.....	45
3.4.3 Metode Customer Satisfaction Index (CSI).....	46
3.5 Defenisi Operasional Variabel.....	48
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
4.1 Deskripsi Dan Letak Geografis Lokasi Penelitian	50
4.1.1 Letak Daerah Penelitian.....	50
4.1.2 Sejarah Desa Tembung.....	51
4.2 Keadaan Penduduk	52
4.2.1 Jumlah Penduduk Di Kelurahan Tembung Tahun 2021	52
4.2.2 Penduduk Menurut Mata Pencarian Di Kelurahan Tembung	52
4.2.3 Sarana Dan Prasarana Di Kelurahan Tembung	53
4.3 Gambaran Umum Responden.....	53
4.3.1 Umur Responden	54
4.3.2 Jenis Kelamin Responden.....	55
4.3.3 Status Perkawinan Responden	56
4.3.4 Pekerjaan Responden	56
4.3.5 Pendidikan Responden	57
4.3.6 Jumlah Anggota Keluarga Responden	58
4.3.7 Jumlah Tanggungan Keluarga Responden	59
4.3.8 Pendapatan/Bulan Responden	60
V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1 Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Minyak Goreng Kemasan Dan Minyak Goreng Curah.....	62
5.1.1 Uji Validitas.....	62
5.1.2 Uji Realibilitas.....	64
5.1.3 Customer Satisfaction Index (CSI).....	66
5.2 Pembahasan Hasil Penelitian Di Kelurahan Tembung.....	72
5.2.1 Kepuasan Konsumen Minyak Goreng Kemasan.....	72
5.2.2 Kepuasan Konsumen Minyak Goreng Curah.....	86
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan.....	98
6.2 Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN.....	102

DAFTAR TABEL

NoKeterangan	halaman
1. Perkembangan Konsumsi Minyak Goreng Sawit Dalam Rumah Tangga Di Indonesia Tahun 2018 – 2022	5
2. Daftar Harga Rata – rata Minyak Goreng Kemasan Di Indonesia Dari Tahun 2018– 2022	6
3. Daftar Harga Rata – rata Minyak Goreng Curah Di Indonesia Dari Tahun 2018 – 2022	6
4. Jumlah Toko Menurut Kelurahan Tahun 2019.....	9
5. Komposisi Asam Lemak Pada Minyak Sawit	18
6. SNI.7709:2019 Tentang Standar Mutu Minyak Goreng Sawit	19
7. Lima Merek Top Brend Index (TBI) Dalam Industri Minyak Goreng Sawit.....	20
8. Nilai Dan Kriteria CSI	48
9. Jumlah Penduduk Di Kelurahan Tembung Tahun 2021	52
10. Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencarian Di Kelurahan Tembung	52
11. Sarana Dan Prasarana Di Kelurahan Tembung	53
12. Karakteristik Responden Minyak Goreng Kemasan Berdasarkan Umur	54
13. Karakteristik Responden Minyak Goreng Curah Berdasarkan Umur	54
14. Karakteristik Responden Minyak Goreng Kemasan Berdasarkan Jenis Kelamin	55
15. Karakteristik Responden Minyak Goreng Curah Berdasarkan Jenis Kelamin	55
16. Karakteristik Responden Minyak Goreng Kemasan Berdasarkan Status Perkawinan	56
17. Karakteristik Responden Minyak Goreng Curah Berdasarkan Status Perkawinan	56
18. Karakteristik Responden Minyak Goreng Kemasan Berdasarkan Pekerjaan	56
19. Karakteristik Responden Minyak Goreng Curah Berdasarkan pekerjaan	57
20. Karakteristik Responden Minyak Goreng Kemasan Berdasarkan Pendidikan	57
21. Karakteristik Responden Minyak Goreng Curah Berdaarkan Pendidikan	58
22. Karakteristik Responden Minyak Goreng Kemasan Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga	58
23. Karakteristik Responden Minyak Goreng Curah Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga	59
24. Karakteristik Responden Minyak Goreng Kemasan Berdasarkan Jumlah Tanggungan	59
25. Karakteristik Responden Minyak Goreng Curah Berdasarkan Jumlah Tanggungan	60
26. Karakteristik Responden Minyak Goreng Kemasan Berdasarkan Pendapatan/Bulan	60
27. Karakteristik Responden Minyak Goreng Curah Berdasarkan Pendapatan/Bulan	61

28. Hasil Pengujian Validitas Minyak Goreng Kemasan	62
29. Hasil Pengujian Validitas Minyak Goreng Curah	63
30. Uji Realibilitas Minyak Goreng Kemasan	65
31. Uji Realibilitas Minyak Goreng Curah	65
32. Perhitungan Costomer Satisfaction Indeks (CSI) Pada Tingkat Kepuasan Konsumen Minyak Goreng Kemasan	66
33. Perhitungan Costomer Satisfaction Indeks (CSI) Pada Tingkat Kepuasan Konsumen Minak Goreng Curah.....	69



DAFTAR GAMBAR

NoKeterangan

Halaman

UNIVERSITAS MEDAN AREA

xiv

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 1/7/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)1/7/24

1. Kerangka Pemikiran	13
2. Konsep Kepuasan Pelanggan	28
3. Peta Lokasi Desa Tembung	50

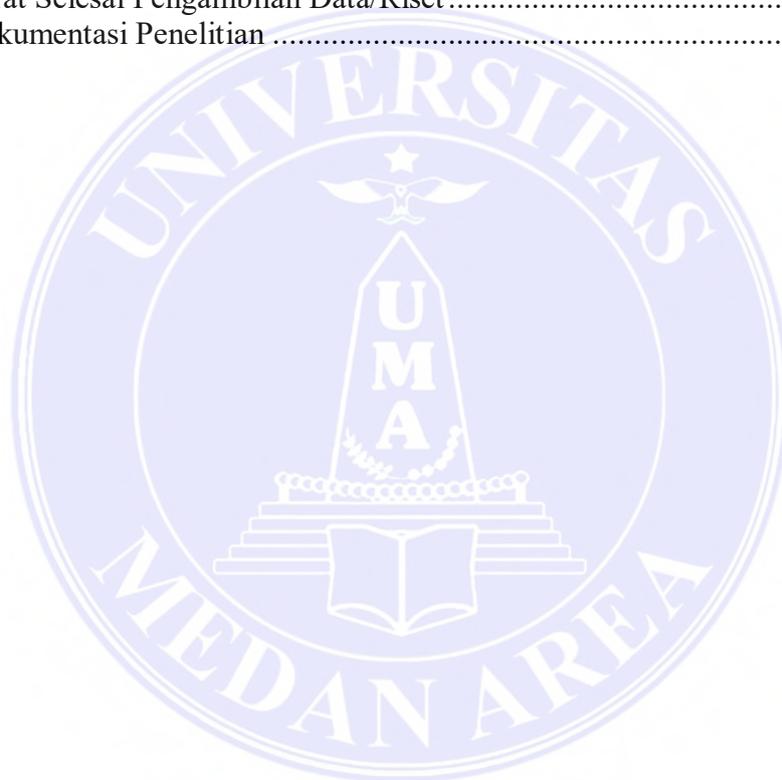


DAFTAR LAMPIRAN

NoKeterangan

Halaman

1. Daftar Kuisisioner Penelitian	102
2. Identitas responden	103
3. Pernyataan Kepuasan Kuisisioner Minyak Kemasan	104
4. Pernyataan Kepuasan Kuisisioner Minyak Curah	110
5. Pernyataan Kepentingan Kuisisioner Minyak Kemasan	116
6. Pernyataan Kepentingan Kuisisioner Minyak Curah	122
7. Hasil Uji Analisis Minyak Goreng Kemasan	128
8. Hasil Uji Analisis Minyak Goreng Curah	134
9. Identitas Responden Minyak Goreng Kemasan	140
10. Identitas Responden Minyak Goreng Curah	141
11. Tabulasi Kuisisioner Minyak Goreng Kemasan (Pernyataan).....	142
12. Tabulasi Kuisisioner Minyak Goreng Curah (Pernyataan).....	147
13. Surat Pengantar Riset/Penelitian.....	152
14. surat Selesai Pengambilan Data/Riset	153
15. dokumentasi Penelitian	154



1.PENDAHULUAN

1.1Latar Belakang

Kelapa sawit merupakan salah satu bahan baku perkebunan yang sangat penting sebagai sumber minyak goreng yang memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Selain menjadi sumber pendapatan bagi banyak keluarga petani, juga merupakan sumber perdagangan luar negeri, pemasok bisnis, dan untuk pengembangan fokus ekonomi baru. Minyak goreng sawit terdiri dari minyak goreng yang dikemas dan minyak goreng tidak bermerek (curah). Minyak goreng sawit (curah) yang tidak berlabel umumnya dikonsumsi oleh masyarakat setempat, terutama kelas pekerja bawah (Kotler, Armstrong 2000).

Minyak goreng merupakan salah satu komoditas dari sembilan bahan pokok yang cukup penting peranannya dalam perekonomian Indonesia. Minyak goreng dikonsumsi hampir seluruh masyarakat, baik itu di tingkat rumah tangga maupun industri makanan. Penggunaan minyak goreng berfungsi sebagai medium penghantar panas, menambah rasa gurih, menambah nilai gizi dan kalori dalam makanan.

Minyak goreng yang paling umum digunakan di Indonesia adalah minyak goreng yang terbuat dari minyak kelapa sawit. Ada 2 jenis minyak goreng sawit yaitu minyak goreng curah dan minyak goreng bermerek. Minyak goreng curah maupun minyak goreng bermerek adalah proses industri, namun berbeda kualitasnya. Perbedaan kualitas disebabkan oleh perbedaan tahapan proses pembuatan dari produksinya. Minyak goreng curah disaring hanya sekali, berwarna kuning keruh, dan dijual tanpa kemasan. Sebaliknya, minyak goreng

bermerek telah disaring 3-4 kali, berwarna kuning bening, dan memiliki warna tertentu. Label atau merek perbedaan proses pembuatan berarti kandungan lemak dan asam linoleat minyak goreng curah juga lebih tinggi dibandingkan minyak bermerek yang tidak sehat. (Sitekno, 2012).

Harga menjadi faktor penting dalam menentukan akan membeli atau tidaknya konsumen. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dapkevilus, Melnikas (2009:19) menyatakan bahwa harga dan kualitas produk sangat mempengaruhi pada tingkat kepuasan pelanggan. Bisnis jasa khususnya yang bergerak dibidang perdagangan harus tanggap terhadap apa yang dilakukan terkait dengan kebutuhan konsumen. “Untuk dapat menarik perhatian dari konsumen maka perusahaan menawarkan harga yang relative terjangkau, karena harga yang ditawarkan haruslah sesuai dan memadai dengan kualitas pelayanan yang diberikan konsumen”(Swasta,1994:98).

Kualitas dan kepuasan konsumen pelanggan berkaitan sangat erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan (Tjiptono,2000:68). Harapan pelanggan diyakini mempunyai peranan yang besar dalam menentukan kualitas produk(barang atau jasa) dan kepuasan pelanggan. Pada dasarnya ada hubungan yang erat antara penentuan kualitas dan kepuasan pelanggan (Zeithaml,et al,1993 dalam Tjiptono,2008:28). Strategi bersaing yang dapat ditempuh oleh pelaku bisnis diantaranya adalah mengembangkan kualitas pelayanan yang ditawarkan dan meningkat kepuasan pelanggan.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembeli ulang dan membentuk dari suatu

rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan. Menurut penelitian terdahulu Abdullah dan Rozalio (2009) menjelaskan kualitas produk adalah sebuah sikap atau penilaian global tentang keunggulan suatu produk. Untuk menjadi kompetitif secara global industri jasa harus bisa menciptakan sebuah produk yang berkualitas.

Tumbuhnya perekonomian Indonesia secara makro, membawa dampak yang baik terhadap daya beli konsumen. Salah satu sektor yang berkembang adalah usaha industri makanan, baik kecil maupun besar dengan berbagai macam variasi dan derivasi produk untuk menjawab kebutuhan konsumen. Produk yang baik adalah produk yang terjaga secara kualitas dari sejak dibuat hingga sampai ditangan konsumen.

Kemasan adalah salah satu kunci untuk menjaga kualitas produk, Kotler dan Armstrong (2012) *packaging involves designing and producing the container or wrapper for a product* yang berarti, kemasan melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi, untuk melindungi produk. Kemasan selalu melibatkan desain agar pesan produk tersampaikan kepada konsumen, fungsi kemasan saat ini selain untuk melindungi produk juga berfungsi sebagai media pemasaran yang jitu. Pembungkusan merupakan alat sebagai identifikasi untuk konsumen (Suryadi, 2002:157) kemasan merupakan pemicu karena ia langsung berhadapan dengan konsumen untuk memberikan respon positif. Disini kemasan harus mampu menarik perhatian, menggambarkan keistimewahan produk dan membujuk konsumen. Sebelum mencoba isinya konsumen akan menangkap kesan yang dikomunikasikan oleh kemasan dengan demikian kemasan produk tersebut harus mampu beradu dengan kemasan produk lainnya.

Perusahaan menggunakan saluran distribusi sebagai salah satu cara untuk menyalurkan barang kepada konsumen. Strategi saluran distribusi mempunyai tujuan untuk memperoleh kepuasan pelanggan optimal pada waktu yang tepat. Kotler (2014) yang menyatakan bahwa “salah satu factor yang mempengaruhi minat beli konsumen adalah factor ketersediaan produk”.

Adanya ketersediaan produk tentu saja menjadikan konsumen lebih mudah dalam memperoleh produk yang diharapkan. Konsumen dapat merasa senang jika produk yang diinginkan mudah diperoleh ataupun tersedia. Oleh karena itu, produk harus didistribusikan oleh perusahaan dengan baik sehingga produk mudah diperoleh konsumen. Artinya, ketersediaan produk merupakan cara yang cepat dan tepat untuk mewujudkan apa yang menjadi keinginan dan harapan konsumen dengan cara yang mudah diterima.

Warna minyak goreng menjadi salah satu aspek yang mempengaruhi pola konsumsi konsumen. Warna minyak goreng mengidentifikasi kualitas dari minyak tersebut, warna tersebut disebabkan oleh adanya kandungan karotenoid yang menjadi zat warna alamiah (Pasaribu, 2004). Semakin tinggi kadar karotenoid maka akan semakin merah warna minyaknya. Minyak merah memiliki kandungan karotenoid sebanyak 568 ppm sedangkan minyak goreng yang beredar saat ini yang berwarna kuning kearah putih memiliki kandungan karotenoid sebesar 17 ppm. Warna minyak goreng yang saat ini banyak beredar dimasyarakat luas antara lain minyak goreng dengan warna kuning, kuning keemasan, kuning kemerahan sampai kuning kearah putih.

Permintaan minyak goreng terus meningkat dari tahun ke tahun seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk membuat minyak goreng menjadi salah satu komoditas yang penting dalam perekonomian Indonesia. Jumlah minyak

goreng yang dibutuhkan bisa dilihat dari konsumsinya. Tabel 1 menunjukkan bahwa perkembangan konsumsi minyak goreng sawit dalam rumah tangga di Indonesia menunjukkan kecenderungan yang meningkat setiap tahunnya dari tahun 2018 hingga tahun 2022. Lebih jelas dapat dilihat pada Tabel 1

Tabel 1. Perkembangan Konsumsi Minyak Goreng Sawit dalam Rumah Tangga di Indonesia Tahun 2018 - 2022

Tahun	Liter/Kapita/Tahun
2018	10.865
2019	11,023
2020	11,278
2021	11,543
2022	11,809

Sumber: Badan Pusat Statistik Sumatera Utara 2021

Berdasarkan data tabel 1 perkembangan konsumsi minyak goreng sawit dalam rumah tangga di Indonesia tertinggi terjadi pada tahun 2022 yaitu sebesar 11,809 Liter/Kapita/Tahun. Dan terendah terjadi pada tahun 2018 yaitu sebesar 10,865 Liter/Kapita/Tahun.

Harga merupakan faktor kunci dalam menentukan apakah konsumen melakukan pembelian atau tidak. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Dapkevilus, Melnikas (2009) menyatakan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Bisnis jasa khususnya bisnis komersial perlu merespon apa yang perlu dilakukan terhadap kebutuhan konsumen.

Kualitas dan kepuasan konsumen pelanggan berkaitan sangat erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan (Tjiptono, 2000). Harapan pelanggan diyakini mempunyai peranan yang besar dalam menentukan kualitas produk (barang atau jasa) dan kepuasan pelanggan.

Tabel 2. Daftar Harga Rata – Rata Minyak Goreng Kemasan di Indonesia Dari Tahun 2018 - 2022

Tahun	Nilai Rupiah/Kg
2018	13.200
2019	13.450
2020	14.450
2021	19.900
2022	20.700

Sumber: Pusat Informasi Harga Pangan Strategi Nasional (PHIPS)

Berdasarkan data dari tabel 2 dapat dilihat bahwa harga rata - rata minyak goreng kemasan di Indonesia tertinggi terjadi di tahun 2022 dengan harga mencapai Rp. 20.700/Kg dan yang terendah terjadi di tahun 2018 dengan nilai harga mencapai Rp. 13.200/Kg. Tetapi tetap terjadi peningkatan selama periode 2018-2022.

Tabel 3. Daftar Harga Rata – Rata Minyak Goreng Curah di Indonesia Dari Tahun 2018 – 2022

Tahun	Nilai Rupiah/Kg
2018	10.000
2019	10.500
2020	11.000
2021	13.800
2022	14.950

Sumber: Pusat Informasi Harga Pangan Strategi Nasional (PHIPS)

Berdasarkan data dari tabel 3 dapat dilihat bahwa harga rata - rata minyak goreng curah di Indonesia tertinggi terjadi di tahun 2022 dengan harga mencapai Rp. 14.950/Kg dan yang terendah terjadi di tahun 2018 dengan nilai harga mencapai Rp. 10.000/Kg.

Kenaikan harga minyak nabati disebabkan oleh kenaikan minyak sawit mentah (CPO) yang merupakan bahan baku utama yang digunakan dalam produksi minyak goreng. Selain itu, faktor ketersediaan dan permintaan juga merupakan penentu penting harga minyak nabati, dan peningkatan permintaan tidak dibarengi dengan peningkatan pasokan, yang tentu saja menyebabkan

ketidakseimbangan dan mempengaruhi kenaikan harga pasar. Pada umumnya, ketika suatu produk dihargai tinggi, hanya sedikit orang yang mau membelinya. Akibatnya, jumlah barang yang dibeli sedikit. Ketika harga barang turun, semakin banyak yang mau membelinya, sehingga jumlah barang yang dibeli meningkat (Amsel Bakhtiar, 2006).

Menurut menteri perdagangan kenaikan harga minyak goreng ada kemungkinan penyebabnya, pertama karena adanya oknum – oknum yang menimbun barang yang kemudian hari dijual dengan harga mahal, kedua adanya hubungan dari bisnis yang kemudian dijual dengan nilai yang tidak sesuai dengan pedoman otoritas publik. Padahal pasokan minyak goreng yang dimiliki oleh otoritas publik cukup, melimpah ruah (Pravitri Retno Widyastuti, 2022).

Minyak goreng yang dikemas dalam botol atau plastik biasanya didistribusikan oleh warung grosir yang menjual kebutuhan pokok dengan truk tangki dan dianggap lebih higienis daripada minyak goreng curah yang dituangkan ke dalam drum dan kurang berkualitas bagi masyarakat. Selain itu, minyak goreng merupakan salah satu bahan dasar yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan dikonsumsi oleh hampir seluruh masyarakat Indonesia karena sulit untuk menggantikannya dengan produk lain (Fitriana 2015).

Seiring dengan meningkatnya tingkat pendidikan dan tingkat ekonomi masyarakat, serta perubahan pola konsumsi yang semakin meningkat dari minyak goreng curah ke minyak goreng bermerek. Akibatnya, kebutuhan akan minyak goreng kemasan meningkat, dan konsumen yang berbeda

mebutuhkan jenis minyak goreng yang berbeda pula. Minyak goreng yang didistribusikan dan dikonsumsi memiliki tingkat kepuasan yang bervariasi, antara lain harga, kualitas, kemasan, ketersediaan, dan warna.

Kelurahan Tembung merupakan salah satu Kelurahan yang beradadi kecamatan Medan Tembung, Medan, Sumatera Utara. Berdasarkan posisi geografis Kecamatan Medan Tembung memiliki batas – batas wilayah, yaitu: disebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Deli Serdang, di sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Medan Denai, di sebelah Timur berbatsan dengan Kabupaten Deli Serdang, dan di sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Medan Perjuangan. Kecamatan Medan Tembung memiliki jumlah desa/kelurahan yang meliputi wilayah: Kelurahan Indra Kasih, Kelurahan Sidorejo Hilir, Kelurahan Sidorejo, Kelurahan Bantan Timur, Kelurahan Bantan, Kelurahan Bandar Selamat dan Kelurahan Tembung. Kelurahan Tembung merupakan daerah yang masyarakatnya cukup banyak terdapat jumlahtoko, sebagai tempat untuk kegiatan perdagangan untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari terutama untuk memenuhi kebutuhan dasar termasuk produk minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah dalam mendukung kegiatan perekonomian. Masyarakat umumnya melakukan pembelian minyak goreng bersamaan pada saat membeli barang kebutuhan pokok lainnya. Konsumen biasanya menentukan minyak goreng yang akan dibelinya dengan cepat seperti mempertimbangkan atribut minyak goreng yang akan dibelinya seperti warna, kejernihan dan kandungan gizi karena tuntunan kegiatan konsumen sendiri akan rasa aman sehingga tidak ragu untuk mengkonsumsinya.

Menurut Sigit (2010), toko dapat diartikan sebagai pasar kecil, yang berisi kegiatan berupa transaksi jual beli antara pedagang dan pembeli. Seiring

berjalannya waktu konsep toko selalu berkembang dari waktu ke waktu, mulai dari warung, pasar tradisional, toko kelontong, minimarket, supermarket, hypermart dan toko online. Dengan semakin padatnya ritme dan gaya hidup orang perkotaan dan dengan semakin berkembangnya teknologi internet maka aktifitas pergi belanja ke toko perlahan – lahan sudah mulai tergantikan dengan aktivitas belanja melalui dunia maya.

Tabel 4. Jumlah Toko menurut Kelurahan Tahun 2019

Kelurahan	Toko
1. Indra Kasih	10
2. Sidorejo Hilir	68
3. Sidorejo	25
4. Bantan Timur	15
5. Bandar Selamat	45
6. Bantan	20
7. Tembung	87

Sumber: Kantor Lurah se- Kecamatan Medan Tembung

Berdasarkan data Tabel 4 jumlah Toko menurut Kelurahan tahun 2019. Dari 7 Kelurahan jumlah tertinggi berada di Kelurahan Tembung yaitu sebanyak 87 Toko dan jumlah terendah berada di Kelurahan Indra Kasih yang terdapat sebanyak 10 Toko.

Dengan banyaknya standar produk minyak goreng curah dan kemasan yang tersedia di pasaran, masyarakat bebas memilih produk yang diinginkan. Pentingnya mencapai kepuasan konsumen saat mengkonsumsi minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan dalam jumlah besar. Mengingat hal tersebut, diperlukan penelitian untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen.

Dalam penelitian ini memilih toko yang sangat ramai dikunjungi masyarakat untuk berbelanja khususnya minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah. Hal ini juga dilengkapi oleh Kotler dan Keller (2009). Dengan kata lain, konsumen yang sangat puas cenderung untuk tetap setia lebih lama

dan lebih mungkin untuk membeli lagi ketika suatu usaha memperkenalkan produk baru dan berdampak pada produk lama.

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk atau jasa yang telah dirasakan. Dengan harapannya kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dari kinerja aktual produk atau jasa yang dirasakan setelah pemakaian. Pelayanan disediakan kepada konsumen agar sesuai dengan harapan ataupun dapat melebihi sebuah harapan konsumen (Kotler,2000). Berdasarkan data dan permasalahan diatas tingkat kepuasan yang bervariasi, antara lain harga, kualitas, kemasan, ketersediaan, dan warna. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS TINGKAT KEPUASAAN KONSUMEN TERHADAP MINYAK GORENG KEMASAN DAN MINYAK GORENG CURAH DI KELURAHAN TEMBUNG”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah terhadap harga, kualitas, kemasan, ketersediaan dan warna di Kelurahan Tembung?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk memberi informasi kepada pedagang terkait tingkat kepuasan konsumen terhadap minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah. Sehingga pedagang dapat menyediakan pilihan minyak goreng yang sesuai dengan pilihan konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Bagi peneliti, penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan menganalisis, merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pertanian di Fakultas Pertanian Universitas Medan Area.

1. Bagi mahasiswa atau pembaca, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan wawasan dan mengetahui tingkat kepuasan minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah di Kelurahan Tembung.
2. Bagi pedagang, sebagai masukan informasi sehingga dapat membantu menyediakan pilihan minyak goreng yang akan dijual.

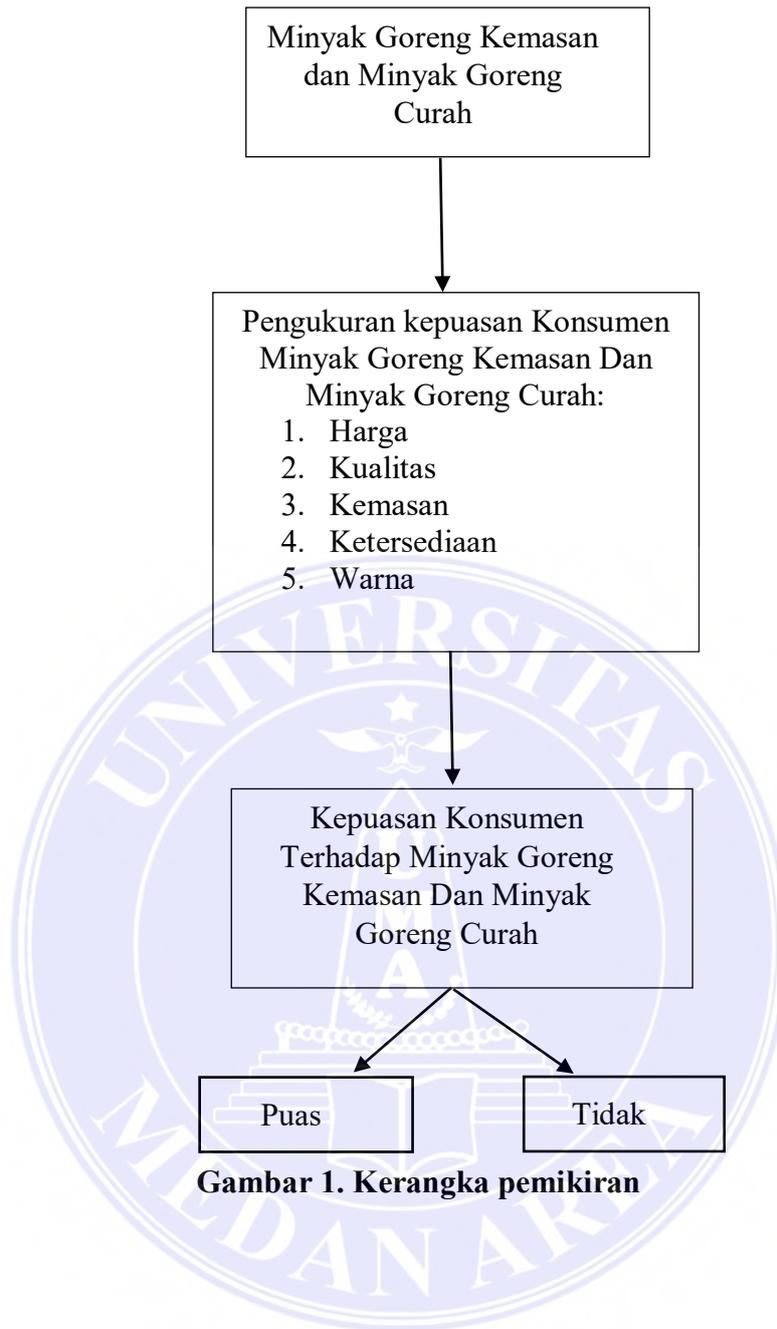
1.6 Kerangka Pemikiran

Berikut terdapat beberapa tingkat kepuasan yang mempengaruhi konsumsi masyarakat terhadap minyak goreng.

1. Faktor pertama adalah harga. Minyak goreng curah lebih murah dibandingkan minyak goreng bermerek. Permintaan minyak goreng sangat tinggi, terutama bagi distributor, masyarakat memilih minyak goreng curah yang harganya lebih murah dibandingkan minyak goreng bermerek.
2. Faktor kedua adalah kualitas produk, daya tahan dan bahan baku berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen terhadap penggunaan produk minyak goreng. Jika konsumen puas dengan kualitas produk, mereka akan membeli produk secara berulang.

3. Faktor ketiga adalah kemasan. Kemasan sering digunakan sebagai daya tarik untuk menarik perhatian konsumen terhadap produk dan memberikan kesanyang baik.
4. Faktor keempat yaitu ketersediaan, kenyamanan konsumen saat membeli produk minyak goreng yang mereka butuhkan, sehingga dapat lebih luas memudahkan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa yang mereka butuhkan.
5. Faktor kelima yaitu warna, Karena keragaman tampilan minyak goreng berupa warna minyak goreng di pasaran, konsumen perlu lebih selektif dalam keputusan pembelian minyak gorengnya. Konsumen tertarik pada minyak goreng bening, dan makanan yang dihasilkan lebih sehat karena semakin jernih minyak goreng, semakin kecil kemungkinannya untuk teroksidasi, membuat hidangan menjadi lebih sehat.

Dari uraian di atas maka kerangka pemikiran digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka pemikiran

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kelapa Sawit

Kelapa sawit (*Elaseis*) merupakan salah satu jenis tanaman perkebunan berbentuk pohon. Tanaman ini telah dibudidayakan dan ditanam sebagai tanaman komersial di Indonesia sejak tahun 1911. Tanaman ini dapat dikenali dari ciri fisiologis, umur tanaman dan bahan tanaman (Pardamean, 2012).

Allorerung dkk. (2010) Kelapa sawit termasuk dalam suku *Arecaceae* (dahulu *Palmaceae*), subfamili *Cocoideae*, genus *Elaeis*, dan mencakup tiga spesies yaitu *E. Guineensis* Jacq., *E. oleifera* (HBK)-Cortez dan *E. oleifera* (HBK)-Cortez. Ordo *W*. Benih pertama adalah benih yang tumbuh pertama kalinya dan yang paling umum untuk dibudidayakan. Dua spesies lainnya terutama digunakan untuk meningkatkan keragaman sumberdaya genetik sebagai bagian dari program pemuliaan.

Deskripsi perkebunan kelapa sawit adalah sebagai berikut:

Divisis : *Embryophyta siphonagama*

Kelas : *Angiospermae*

Ordo : *Monocotylodonae*

Famili : *Arecaceae (Dahulu Palmae)*

Sub famili : *Cocoideae*

Genus : *Elaeis*

Spesies : *E. guineensis* Jacq.

2.1.1 Minyak Goreng

Minyak goreng adalah salah satu produk akhir terpenting yang diperoleh dari kelapa sawit. Dua jenis minyak mentah dapat diperoleh dari minyak sawit:

minyak sawit mentah (CPO) dan minyak inti sawit (PKO). Pengolahan CPO menjadi minyak goreng menghasilkan beberapa produk sampingan yang bernilai ekonomis seperti bahan baku margarin (*stearin*) dan distilasi asam lemak sawit *palm fatty acid distillate* (PDFA). Minyak goreng (*olein*) yang dihasilkan merupakan minyak tak jenuh yang telah lama dikenal sangat baik untuk kesehatan (Anonim, 2009). Dapat dibuat dari berbagai bahan baku seperti jagung, kedelai, dll. Minyak nabati adalah minyak yang diperoleh dari berbagai bagian tanaman dengan cara memurnikan minyak goreng. Tujuan pembersihan adalah untuk menghilangkan zat-zat yang tidak diinginkan seperti zat logam, bau dan asam lemak bebas dan zat – zat lain yang tidak diperlukan.

Keunggulan minyak sawit sebagai bahan baku minyak goreng adalah kandungan asam oleatnya yang relatif tinggi sekitar 40%. Karena asam oleat merupakan asam lemak yang mengandung satu ikatan rangkap, maka lebih stabil selama penggorengan daripada minyak yang mengandung asam lemak dengan dua atau lebih ikatan rangkap, seperti minyak kedelai. Namun dari segi *performance* (penampilan), minyak sawit lebih cepat membentuk keruh dibandingkan minyak kedelai karena kandungan lemak jenuhnya yang relatif tinggi sekitar 50% (Dwinada, 2012). Beberapa jenis minyak goreng yang banyak dipasarkan adalah sebagai berikut:

a. Minyak Kelapa Sawit

Minyak sawit atau minyak kelapa sawit adalah minyak nabati edibel yang didapatkan dari mesocarp buah kelapa sawit, umumnya dari spesies *Elaeis Guineensis* dan sedikit dari spesies *Elaeis Oleifera* dan *Attalea Maripa*. Minyak sawit secara alami berwarna merah karena kandungan

beta karoten yang tinggi. Minyak sawit berbeda dari minyak inti buah kelapa (*Cocos Mucifera*). Perbedaan ada pada warna (minyak inti sawit tidak memiliki karotenoid sehingga tidak berwarna merah), dan kadar lemak jenuhnya. Minyak sawit mengandung 41% lemak jenuh, minyak inti sawit 81% dan minyak kelapa 86%. Minyak sawit memiliki kadar lemak jenuh tinggi, dan memiliki beberapa jenis jenuh asam larutan(0.1%), asam miristat(1%), asam stearat(5%) dan asam palmitat (44%).

b. Minyak Kelapa

Minyak kelapa termasuk dalam kategori asam lemak jenuh sangat stabil dan tahan oksidasi sehingga sulit menjadi tengik kalau pembuatannya memenuhi persyaratan modern. Minyak kelapa sawit yang diproduksi secara modern tanpa dipanaskan, disebut minyak kelapa perawan yang dikenal sebagai *Virgin Coconut Oil* (Wibowo, 2008).

Minyak kelapa sebagai salah satu jenis minyak goreng mempunyai komposisi yang didominasi oleh asam lemak jenuh(90-92%). Sedangkan minyak kelapa sawit mempunyai komposisi berimbang. Minyak kedelai sebaliknya kandungan asam lemak tak jenuh mendominasi sampai 80%. Dengan kandungan asam lemak jenuh yang tinggi, minyak kelapa dan minyak kelapa sawit mempunyai keunggulan dari pada minyak kedelai yaitu lebih stabil dan tidak mudah teroksidasi pada suhu tinggi (Susanto, 2008).

Volume konsumsi minyak goreng bermerek selama kuartal pertama 2009 turun sebesar 16,4% dibandingkan periode tahun 2008. Berdasarkan hasil survei kepercayaan konsumen yang dilakukan oleh sebuah lembaga

riset, konsumen indonesia mengeluarkan uang lebih banyak untuk belanja makanan sebagai dampak kenaikan harga barang. Oleh karena itu konsumen kelas bawah dan menengah memilih untuk membeli produk bermerek yang harganya lebih murah. Di lain pihak minyak goreng curah mengalami penurunan harga menyusul bertambahnya pasokan komoditas tersebut ke pasar.

Kandungan Gizi Minyak Goreng Sawit

Minyak sawit juga memiliki manfaat komposisi dan nutrisi. Kadar sterol dalam minyak sawit relatif rendah dibandingkan dengan minyak nabati lainnya, yang terdiri dari *sitosterol*, *campesterol*, *sigmasterol*, dan kolesterol, kandungan kolesterol minyak sawit, dan fakta di lapangan menunjukkan bahwa banyak pelaku industri dan konsumen menggunakan dan lebih memilih minyak sawit. Sebab, dari sisi ekonomi, harganya relatif lebih murah dibandingkan minyak goreng lainnya.

Menurut (Fauzi. et al., 2012), berbagai penelitian menunjukkan bahwa minyak sawit lebih unggul dari minyak goreng lainnya. Beberapa manfaat minyak kelapa sawit adalah:

1. Efisiensi tinggi minyak sawit dimana CPO dapat ditempatkan (minyak sawit mentah) adalah sumber minyak nabati termurah.
2. Banyak digunakan untuk minyak goreng, shortening, margarin, dll.
3. Sebagai sumber energi yang sangat baik, tinggi vitamin E, provitamin A dan karotenoid, tidak mengandung asam lemak trans, dan menggunakan minyak kelapa sawit dalam makanan juga membantu bagi kesehatan.

4. Mengandung antioksidan alami (tokoferol dan tokotrienol) untuk melindungi sel dari penuaan, kanker dan penyakit degeneratif yang merusak jaringan dan organ tubuh akibat gaya hidup yang tidak sehat.
5. Memiliki komposisi asam lemak yang seimbang, mengandung asam lemak linoleat sebagai asam lemak esensial, dan memiliki kolesterol rendah.

Tabel 5 komposisi asam lemak pada minyak sawit menurut Hariyadi (2014) adalah sebagai berikut:

NoAsam lemak	% terhadap asam lemak total	
	Kisaran	rata – rata
1. Asam laurat (C12:0)	0.1 – 1.0	0.2
2. Asam miristat (C14:0)	0,9 – 1.5	0.1
3. Asam palmitat (C16:0)	41.8 – 45.8	44.0
4. Asam palmitoleat (C16:1)	0.1 -0.3	0.01
5. Asam stearate (C18:0)	4.2 – 5.1	4.5
6. Asam oleat (C18:1)	37.3 – 40.8	39.2
7. Asam linoleiat (C18;2)	9.1 – 11.0	10.1
8. Asam linolenat (C18:3)	0.0 – 0.6	0.4
9. Asam arakidonat (C20;0)	0.2 – 0.7	0.4

*) asam lemak dinyatakan dengan notasi Cm:n, dimana m adalah panjang rantai karbon, dan jumlah ikatan rangkap.

Ket:

% terhadap asam lemak total

Standar mutu minyak goreng kelapa sawit telah dirumuskan dan ditetapkan oleh Badan Standarisasi Nasional(BSN) yaitu SNI 7709:2019. SNI menetapkan bahwa standar mutu minyak goreng sawit adalah sebagai berikut:

Tabel 6. SNI 7709:2019 Tentang Standar Mutu Minyak Goreng Sawit

No.Kriteria uji	Satuan	Persyaratan
1. Keadaan	-	-
2. Bau	-	Normal
3. Rasa	-	Normal
4. Warna	-	Kuning sampai jingga
5. Keadaan air dan bahan menguap	Fraksi massa %	Maks 0,1
6. Asam lemak bebas (dihitung sebagai asam Palmitat)	Fraksi massa %	Maks 0,3
7. Bilangan peroksida	mek o ₂ /kg	Maks 10 ¹
8. Vitamin A (total)	IU/g	Maks 45 ¹
9. Minyak pelikan	-	Negatif
10. Cemaran logam berat	-	-
11. Kadium (Cd)	mg/kg	Maks. 0.10
12. Timbal	mg/kg	Maks. 0.10
13. Timah	mg/kg	Maks. 40/250 ³
14. Merkuri	mg/kg	Maks. 0.05

Sumber :Standar Nasional Indonesia, 2019.

CATATAN

1. Pengujian dilakukan terhadap contoh yang diambil di pabrik.
2. Vitamin A (total) merupakan jumlah dari vitamin A dan pro vitamin A.
3. Untuk produk yang dikemas dalam kaleng.

Minyak sawit mengandung sekitar 50% asam lemak jenuh dan 50% asam lemak tidak jenuh (jika komposisinya seimbang). Ketika digunakan dalam menggoreng, menghasilkan produk goreng yang stabil, tidak tengik, tahan lama dengan komposisi seimbang dan tingkat radikal bebas yang tinggi (Griwono, 2016).

Dibandingkan dengan minyak goreng lainnya, minyak sawit telah dinyatakan sebagai minyak goreng yang paling cocok dan sehat. Komposisinya selalu seimbang pada minyak nabati lainnya. Misalnya, minyak kedelai terdiri dari sekitar 85-90% Asam lemak tak jenuh dan 10-15% jenuh. Minyak kelapa mengandung 85-90% lemak jenuh dan 10-15% lemak tak jenuh. Minyak bunga matahari, di sisi lain, memiliki sifat yang mirip dengan

minyak kedelai dan jagung, terdiri dari 85-90% asam lemak tak jenuh dan 10-15% asam lemak jenuh (Griwono, 2016).

2.1.2 Minyak Goreng Kemasan

Minyak goreng kemasan memiliki kualitas yang lebih baik daripada minyak goreng curah. Pengolahan minyak goreng kemasan biasanya menggunakan teknologi proses yang lebih maju daripada minyak goreng curah. Keunggulan proses antara lain, dua proses *filtrasi, bleaching dan deodorizing*, menghasilkan minyak goreng yang lebih transparan dan tidak berbau (Fitriana, 2015).

Banyaknya produk minyak goreng yang beredar di pasaran seperti Bimoli, Tropical, Sania, Sanko, Filma, dan beberapa merek lain dengan ciri dan keunggulan masing-masing seperti warna, kejernihan, kemasan, nilai gizi, dan lain-lain, mendorong produsen untuk berlomba-lomba mempertahankan dan menumbuhkan pangsa pasar guna memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Meningkatkan persaingan di pasar. Bersaing untuk mempertahankan dan menumbuhkan pangsa pasar guna memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.

Tabel 7. Lima Merek *Top Brand Index* (TBI) dalam Industri Minyak Goreng Sawit Kemasan Bermerek di Indonesia Tahun 2015 – 2019.

Merek	Top Brand Index (TBI) Minyak Goreng Kemasan (%)					TOP
	2015	2016	2017	2018	2019	
Bimoli	48.2%	44.7%	43.7%	38.3%	40.0%	TOP
FILMA	11.7%	15.1%	15.4%	15.2%	12.0%	TOP
SANIA	10.8%	12.9%	12.3%	12.8%	11.7%	-
TROPICAL	10.7%	12.2%	12.0%	12.3%	9.9%	-
SUNCO	3.0%	5.8%	5.1%	7.4%	7.3%	-

Sumber: Frontier Consulting Group 2019

Dari tabel 7 Menunjukkan bahwa nilai *Top Brand Index* untuk minyak goreng sawit kemasan yang masuk kategori *Top* (teratas) dari tahun 2015-2019

yaitu merek Bimoli, Filma, dan Sania. Namun untuk minyak goreng dengan nilai *Top Brand Index* tertinggi dipasaran yaitu merek Bimoli. Dalam hal ini ternyata konsumen tidak bisa membedakan kualitas minyak goreng. Konsumen cenderung mengatakan bahwa semua merek minyak goreng mengandung kejernihan, vitamin, dan bahan-bahan yang sehat, serta perlu mengetahui apa yang mendorong orang untuk membeli dan mengonsumsi produk minyak goreng.

2.1.3 Minyak Goreng Curah

Berasal dari *low grade crude palm oil* (CPO) yang diolah menjadi minyak nabati curah untuk membuat minyak goreng berkualitas tinggi karena biaya produksi yang tinggi. Minyak nabati ini biasanya ditujukan untuk konsumsi masyarakat umum dengan harga yang terjangkau bagi masyarakat miskin. Minyak goreng ini biasanya dijual dari pabrik dalam ukuran tangki 10 dan 20 ton. Minyak goreng ini biasanya tersedia di pasar tradisional dalam bentuk tong, ditimbang dalam plastik sesuai permintaan konsumen (Anonim, 2014).

Minyak curah dalam jumlah besar berkualitas rendah dan berwarna kusam karena mudah disaring. Selain itu, dalam jumlah banyak, minyak goreng umumnya memiliki kandungan lemak jenuh yang tinggi. Lemak jenuh meningkatkan kadar kolesterol darah dan bisa berbahaya. Minyak goreng dalam jumlah besar lebih cepat rusak daripada minyak nabati yang baik karena proses oksidasi. Minyak yang berkualitas tinggi disaring 2-3 kali, sehingga harganya jauh lebih tinggi daripada minyak nabati dalam jumlah besar (Dewi, 2012).

Minyak goreng curah biasanya berwarna gelap. Minyak curah ini tidak digunakan berulang-ulang sampai berwarna coklat tua sampai kehitaman.

Penggunaan minyak goreng secara berulang-ulang tidak baik untuk kesehatan. Selain itu, minyak goreng sering digunakan berulang-ulang sampai minyak berubah warna menjadi hitam, kondisi yang tidak membahayakan kesehatan dan hanya mengurangi nilai gizi dan rasa gorengan (Bundakata, 2007). tidak baik untuk kesehatan. Selain itu, minyak goreng sering digunakan berulang kali sampai minyak berubah menjadi hitam, suatu kondisi yang tidak menimbulkan bahaya kesehatan dan hanya mengurangi nilai gizi dan rasa gorengan (Bundakata, 2007).

Perbedaan mendasar antara minyak sawit kemasan dan minyak goreng curah terletak pada proses pemurnian dan penghilangan bau. Setelah minyak sawit diolah menjadi CPO, maka langkah selanjutnya adalah mengolah CPO menjadi minyak goreng sawit. Proses pengolahan CPO menjadi minyak goreng sawit perbedaan mendasar antara minyak sawit kemasan dan minyak goreng curah terletak pada proses pemurnian dan penghilangan bau. Setelah minyak sawit diolah menjadi CPO, langkah selanjutnya adalah mengolah CPO menjadi minyak goreng sawit. Pengolahan CPO menjadi minyak goreng sawit secara garis besar dapat dibagi menjadi proses pemurnian dan pemisahan padatan. proses (*stearin*). dan bahan cair dari minyak sawit (*olein*). Proses pembersihan terdiri dari (*degumming*). Minyak tersebut kemudian disaring dan dicuci (diputihkan). Kemudian menghilangkan bau. Sebagai produk akhir, minyak sawit kemasan memiliki warna yang lebih cerah dan kandungan asam lemak bebas lebih sedikit dibandingkan minyak curah (Qurrota, 2013).

2.2 konsumen

Istilah konsumen sering didefinisikan sebagai dua jenis konsumen konsumen individu dan konsumen organisasi. Konsumen individu membeli barang dan jasa untuk digunakan sendiri. Konsumen organisasi adalah konsumen yang membeli atau menggunakan produk (barang/jasa) untuk kebutuhan operasional suatu organisasi (Sumarwan, 2004).

Keputusan pembelian merupakan tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang ada dikenal oleh masyarakat sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu, (1) pengenalan masalah, (2) pencarian informasi, (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan membeli atau tidak, (5) perilaku pascapembelian (Kotler, 2002). Tindakan yang diambil oleh konsumen untuk memutuskan apakah akan membeli suatu produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli produk dan jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga, dan produk yang sudah ada secara umum sebelum mereka mengambil keputusan pembelian. Konsumen biasanya memulai dengan beberapa langkah: (1) identifikasi masalah, (2) pencarian informasi, (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan pembelian/tidak membeli, dan (5) perilaku pembelian selanjutnya (Kotler, 2002).

2.3Kepuasan Konsumen

2.3.1 Pengertian Kepuasan

Kata kepuasan berasal dari bahasa Latin dan berarti cukup baik atau baik, dan *facio* berarti melakukan atau membuat. Secara sederhana, kepuasan dapat diartikan sebagai usaha untuk mencapai atau melakukan sesuatu yang sesuai. Kepuasan pelanggan atau konsumen berkaitan dengan kualitas produk yang ditawarkan. Kepuasan konsumen adalah keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya (Mowen,2002). Kepuasan konsumen disebut sebagai tingkat emosi yang dirasakan konsumen setelah membandingkan kinerja dan harapan produk.Pada hakikatnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para konsumen. Kepuasan konsumen dalam pandangan tradisional adalah orang yang membeli dan menggunakan produknya. Semua usaha manajemen diarahkan pada satu tujuan utama yaitu terciptanya kepuasan konsumen

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap suatu produk mempengaruhi perilaku selanjutnya. Konsumen yang puas lebih mungkin untuk membeli suatu produk lagi. Konsumen yang tidak puas melakukan satu atau dua hal. Anda dapat membiarkan produk apa adanya atau mengembalikannya (Setiadi, 2003). Oleh karena itu, kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perbedaan antara apa yang diharapkan (mengharapkan) konsumen dan apa yang diberikan perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen. Soelasih (2004)

Harapan terbentuk dari pengalaman masa lalu, saran konsumen atau pengguna, dan informasi dari pesaing. Nilai persepsi merupakan kemampuan perusahaan dalam melayani konsumen, dan dari pengamatan di atas, definisi kepuasan pelanggan adalah tingkat emosi seperti senang, lega, dan senang karena terpenuhinya keinginan hati. Kepuasan konsumen tercapai ketika kualitas barang dan jasa memenuhi dan melampaui harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen.

Menurut Tjiptono (2008) ada beberapa elemen kepausan pelanggan yaitu:

- a. Kualitas produk dan jasa, perusahaan yang ingin menerapkan program kepuasan pelanggan harus memiliki produk berkualitas baik dan layanan prima, biasanya perusahaan yang tingkat kepuasan pelanggannya tinggi menyediakan tingkat pelayanan pelanggan yang tinggi pula.
- b. Program promosi loyalitas, program promosi loyalitas banyak diterapkan untuk menjalin relasi antara perusahaan dari pelanggan. Biasanya program ini memberikan semacam “penghargaan” atau khusus seperti bonus, voucher, diskon dan hadiah yang dikaitkan dengan frekuensi pembelian atau pemakaian produk atau jasa perusahaan kepada pelanggan yang rutin agar tetap loyal pada produk atau jasa perusahaan.
- c. Sistem penanganan keluhan. Penanganan komplain terkait erat dengan daya tarik wisata dan jasa yang dihasilkan benar – benar berfungsi sebagaimana fungsinya sejak awal. Setelah itu, jika ada masalah perusahaan segera berusaha memperbaikinya dengan sistem penanganan

komplain. Fakta menunjukkan bahwa kebanyakan pelanggan mengalami berbagai masalah, setidaknya berkaitan dengan konsumsi beberapa produk, waktu penyampaian atau layanan pelanggan. Oleh sebab itu setiap perusahaan harus memiliki sistem pelayanan *complain* yang efektif.

- d. Garansi, strategi *unconditional guarantees*. Garansi yang dibutuhkan untuk mendukung keberhasilan program kepuasan pelanggan. Garansi merupakan janji eksplisit yang disampaikan kepada pelanggan mengenai tingkat kinerja yang dapat diharapkan akan mereka terima.
- e. Harga, untuk pelanggan yang sensitif biasanya adalah harga yang murah adalah sumber kepuasan, yang penting karena mereka akan mendapatkan *value money* yang tinggi. Namun bagi pelanggan yang tidak sensitif terhadap harga, akan melihat hasil jasa yang disampaikan perusahaan tersebut sesuai harga yang mereka bayar.

Tjiptono dan Chandra (2011) mengajukan kerangka defenisional untuk menyusun defenisi kepuasan pelanggan yang sifatnya spesifik untuk konteks tertentu. Berdasarkan kerangka pelanggan efisional tersebut, kepuasan pelanggan adalah:

- a. Rangkuman berbagai intensitas respon efektif. Tipe respon efektif dan tingkat intensitas yang mungkin dialami pelanggan harus didefenisikan secara eksplisit oleh peneliti.
- b. Dalam waktu penentuan spesifik dan durasi terbatas. Peneliti harus menentukan waktu penentu yang paling relevan dengan masalah

penelitiannya dan mengidentifikasi kemungkinan durasi respon tersebut.

- c. Yang ditunjukkan bagi aspek penting dalam pemeroleh atau konsumsi produi. Peneliti harus mengidentifikasi fokus riset berdasarkan riset atau masalah manjerial yang dihadapi. Fokus ini biasa luas maupun sempit cakupannya dalam hal isu atau aktivitas pemeroleh atau konsumsi produk.

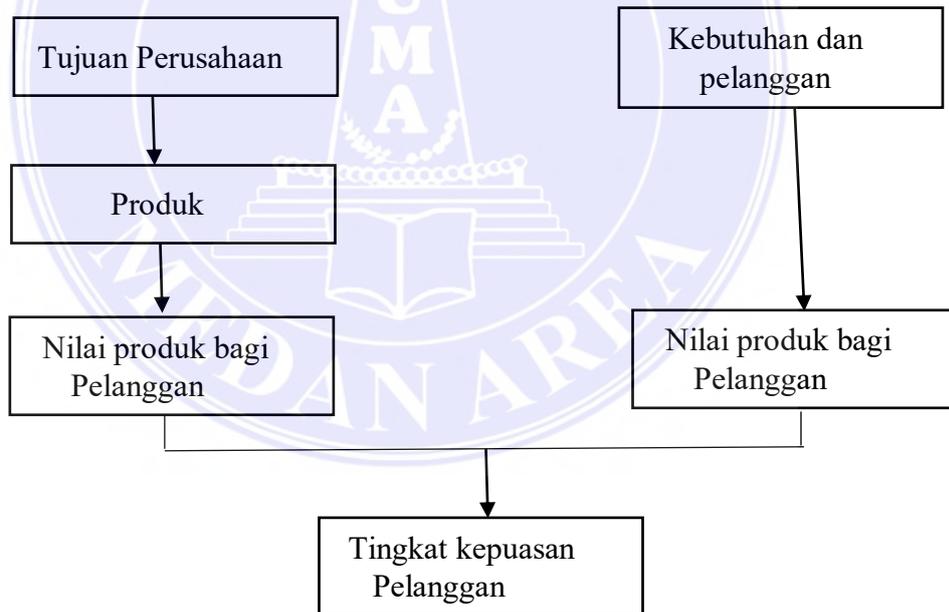
2.3.2 Konsep Kepuasan Pelannggan

Pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk atau jasa perusahaan tertentu. Konsumen umumnya mencakup pada berbagai faktor atau dimensi. Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk manufaktur (Tjiptono,2000).

1. kinerja (*performance*), karakteristik pokok dari suatu produk inti (*core produk*) yang dibeli.
2. Ciri – ciri atau keistimewahan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Kesesuaian dengan spesifikasi, yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar – standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
4. Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.
5. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa harga produk tersebut dapat digunakan.

6. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
7. *Estetika*, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
8. Kualitas yang dipersiapkan, yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa). Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk yang telah dibeli. Secara konseptual konsep kepuasan pelanggan dapat digambarkan pada gambar dibawah ini.



Gambar 2. Konsep Kepuasan Pelanggan
Sumber: Tjiptono (2000)

2.3.3 Ciri – ciri kepuasan konsumen dan ketidakpuasan konsumen

1. Ciri – ciri kepuasan konsumen: Elitan (dalam Ika, 2010) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen ditandai dengan Konsumen yang puas, tidak mengeluhkan produk atau jasa yang mereka konsumsi karena kinerja produk dapat diterima oleh mereka.
2. Ciri – ciri konsumen yang tidakpuasan konsumen: Penyebab terjadinya keluhan pada dasarnya, pelanggan yang mengeluh karean marasa tidak puas dengan apa yang diterima. Menurut (Alma, 2016), sebabterjadinya ketidakpuasan antara lain:
 - a. Harapan yang tidak sesuai.
 - b. Pelayana selama proses tidak memuaskan.
 - c. Perilaku karyawan kurang memuaskan.
 - d. Suasana dan kondisi area lingkungan tidak menunjang.
 - e. Harga tidak sinkron.
 - f. Promosi/iklan terlalu berlebihan, tidak sesuai dengan ekspetasi.

Prinsip dasar kepuasan konsumen

Rumusan dari kepuasan konsumen menurut Tse dan Wilton (dalam Tjiptono,1997) sebagai berikut:

$$\text{Konsumen Kepuasan} = f$$

Catatan: f diharapkan dan kinerja yang dirasakan

Dari rumus ini kita dapat melihat bahwa ada dua variabel: nilai yang diharapkan dan kinerja yang dirasakan. Dengan demikian, prinsip kepuasan konsumen menyatakan bahwa konsumen puas ketika kinerja yang dirasakan memenuhi harapan, dan tidak puas ketika kinerja yang dirasakan jauh dari harapan. Sangat dibutuhkan penelitian untuk membuktikan ada atau tidaknya harapan sebelumnya yang merupakan bagian terpenting dalam kepuasan. Dengan adanya kepuasan konsumen, maka kelangsungan usaha pun akan terjaga. Berikut prinsip kepuasan konsumen, diantaranya:

1. Kepuasan konsumen adalah sesuatu yang penting.
2. Memahami harapan konsumen.
3. Memilih konsumen dengan tepat melalui strategi segmentasi, kemudian bangun kepuasan konsumen.
4. Mempelajari faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.
5. Konsumen yang loyal adalah konsumen yang mau komplain.
6. Memberi jaminan pada konsumen.
7. Mendengarkan kata konsumen.
8. Karyawan adalah bagian terpenting dalam memuaskan konsumen.
9. Kepemimpinan adalah teladan dalam memuaskan konsumen.

Kepuasan konsumen ini juga ada dorongan akan tuntutan masyarakat terhadap kualitas pelayanandewasa ini yang semakin meningkat. Konsumen saat ini semakin kritis dan menuntun, hal ini dapat diketahui dari keluhan – keluhan konsumen. Kepuasan konsumen pada akhirnya akan menciptakan loyalitas konsumen kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan mereka. Konsumen bisa memahami salah satu dari tingakt

kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, konsumen akan merasa kecewa, tetapi kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat senang.

Kepuasan konsumen sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen. Menurut Gasperz (dalam Naution, 2005) faktor- faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan dan keinginan mengenai apa yang dirasakan konsumen ketika mencoba berbisnis dengan produsen dan pelaku usaha.
2. Pengalaman masa lalu ketika mengonsumsi produksi dari perusahaan maupun produk dari pesaingnya. Pengalaman masa lalu dalam mengonsumsi produk perusahaan atau produk pesaing.
3. Pengalaman berdasarkan masyarakat yang memakai produk yang sama.
4. Iklan dan komunikasi pemasaran yang berlebihan akan menyebabkan kerugian karena gagal memenuhi harapan pelanggan.

2.3.4 Manfaat kepuasan konsumen

Menurut Tjptono dan Chandra (2012), secara garis besar kepuasan pelanggan memiliki dua manfaat bagi bisnis. Artinya, menekankan loyalitas pelanggan dan dari mulut ke mulut, biasa disebut sebagai kata positif dari mulut ke mulut, pendapatan masa depan (terutama pembelian berulang, *cross-selling* dan *upselling*), dan biaya transaksi (terutama komunikasi, penjualan, dan biaya layanan pelanggan), menyoroti *volatilitas* dan risiko yang terkait dengan peramalan arus kas masa depan dan peningkatan toleransi harga (terutama mereka yang bersedia membayar harga premium dan pelanggan

tidak mudah tergoda untuk membayar. Pemasok beralih dari mulut ke mulut pelanggan lebih menerima ekstensi produk, ekstensi merek, dan layanan tambahan baru yang ditawarkan oleh perusahaan meningkatkan daya tawar relatif.

Upaya mewujudkan kepuasan pelanggan bukanlah hal yang mudah, kepuasan pelanggan total tidak mungkin tercapai, sekalipun hanya untuk sementara waktu. Namun upaya perbaikan atau penyempurnaan kepuasan total dapat dilakukan dengan berbagai strategi. Suatu hal yang perlu diperhatikan saat ini adalah kepuasan pelanggan merupakan strategi panjang membutuhkan komitmen, baik yang menyangkut dana maupun menyangkut sumber daya manusia.

2.4 Kepuasan Konsumen Dalam Memilih Produk

- 1. Harga:** Harga adalah ukuran nilai sesuatu dalam satuan uang yang harus dikorbankan seseorang untuk memperoleh, memperoleh, memiliki, atau menerima barang atau jasa (Sumadji P. et al., 2006:524). Oleh karena itu, untuk setiap produk atau layanan yang ditawarkan, departemen pemasaran berhak untuk menetapkan biaya. Harga ini sudah termasuk semua biaya produksi, distribusi, dan iklan. Harga mempengaruhi kinerja keuangan dan memiliki dampak yang signifikan terhadap nilai suatu merek di benak pelanggan. Selain itu, harga juga merupakan ukuran yang kompleks dari kualitas produk. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan ketika menentukan harga termasuk biaya, manfaat, praktik persaingan, dan perubahan kebutuhan pasar. Penetapan harga memiliki setidaknya enam langkah. Yaitu pemilihan target harga,

penentuan permintaan, estimasi biaya, analisis biaya, harga dan produk pesaing, pemilihan metode penetapan harga, dan pemilihan harga akhir. (Kotler dan Keller, 2007:84).

2. **Kualitas produk:** Goetsch Davis dalam Yamit (2005:8) mendefinisikan kualitas sebagai keadaan dinamis yang menghubungkan produk dan jasa, orang, proses dan lingkungan untuk memenuhi atau melampaui harapan. Pendekatan yang dikemukakan oleh Goetsch Davis menekankan bahwa kualitas tidak hanya menekankan pada aspek terakhir yaitu produk dan jasa, tetapi juga mencakup kualitas manusia, kualitas proses dan kualitas lingkungan. Menurut Kotler dan Armstrong (2001:354), kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, seperti daya tahan, keandalan, operasi dan perbaikan, dan karakteristik yang berharga.
3. **Kemasan:** Kotler dan Armstrong (2012) mendefinisikan proses pengemasan sebagai aktivitas desain dan memproduksi, Fungsi utama dari kemasan itu sendiri adalah untuk melindungi produk dan menjaga kualitasnya. Menurut Titik Wijayanti (2012), kemasan memiliki tujuan dan fungsi dalam pembuatan produk, yaitu Hiasi produk dengan kemasan yang sesuai dengan kategori produk. Harap pastikan keamanan produk agar tidak rusak saat dipajang di toko. Memberikan keamanan produk selama pendistribusian produk, memberikan informasi kepada konsumen tentang produk itu sendiri dalam bentuk label, Hasil desain produk yang menunjukkan produk itu sendiri.
4. **Warna:** Literatur pemasaran menunjukkan bahwa warna kemasan memiliki kemampuan untuk membangkitkan emosi dan perilaku

emosional yang berbeda pada konsumen (Mustikiwa & Marumbwa, 2013). Warna dapat meninggalkan kesan dan citra yang mendalam dan abadi dari suatu produk atau merek. Kemasan produk menggunakan warna dalam pemasaran untuk menarik perhatian konsumen. Hal ini dapat menimbulkan perasaan positif dan negatif terhadap produk/merek tertentu. Asadhollahi & Give (2007) dalam Mustikawa & Marumbwa (2013) berpendapat bahwa warna kemasan mengomunikasikan, menjelaskan, dan mewakili fitur pembeda merek dan atribut tidak bermerek. Hasilnya, warna menyampaikan pesan khusus tentang merek dan menciptakan nilai jual yang unik.

5. **Kesediaan produk:** Untuk bisnis apa pun, besar atau kecil, persiapan sangat penting untuk kelangsungan bisnis. Bisnis harus dapat menilai kesiapan mereka. Ambisi perusahaan tidak boleh terlalu besar atau terlalu kecil. Hal ini mempengaruhi biaya yang dikeluarkan. Menurut Hermawan (2013:56), persediaan adalah barang-barang yang disimpan dalam kegiatan usaha normal dan kemudian dijual, serta bahan-bahan yang sedang diproduksi atau disimpan untuk tujuan tertentu.

2.5 Alat Analisis Data Minyak Goreng Kemasan Dan Minyak Goreng Curah

Alat analisis yang digunakan untuk mengukur kesesuaian harapan dan kinerja atribut pelayanan guna mengetahui prioritas atribut yang harus segera diperbaiki yaitu skala likert untuk mengetahui skor variabel. Uji validitas dan realibilitas suatu instrumen penelitian suatu uji yang digunakan untuk mengetahui apakah suatu kuisisioner yang digunakan dalam pengumpulan data

dapat dikatakan valid dan realibel tidaknya dalam penelitian, sedangkan untuk mengukur indeks kepuasan konsumen minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah di Kelurahan Tembung menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*.

2.5.1 Skala Likert

Skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur tanggapan partisipan dengan memberi skor numerik yang mencerminkan tingkat kesukaan, dan skor – skor ini dapat mengukur sikap partisipan secara keseluruhan. Langkah – langkah dalam menyusun skala likert adalah menetapkan variabel yang diteliti, menentukan indikator yang dapat mengukur variabel yang diteliti, menentukan indikator tersebut menjadi pertanyaan (kuisisioner). Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi positif sampai negatif. Item positif berarti angka terbesar diletakkan pada sangat setuju.

2.5.2 Uji Validitas

Uji validitas instrumen peneliti dapat dinyatakan valid apabila setiap item pernyataan yang ada pada kuisisioner dapat digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut, indikator dalam kuisisioner dapat dinyatakan valid apabila nilai r hitung nilainya lebih besar dari r tabel. (Sugiyono, 2016).

2.5.4 Uji Realibilitas

Uji realibilitas pada suatu instrumen penelitian adalah sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah suatu kuisisioner yang digunakan dalam pengumpulan data. Penelitian sudah dapat dikatakan realibel atau tidak, pada uji

realibilitas ini dilakukan dengan menggunakan analisis Alpha Cronbach. Apabila suatu variabel menunjukkan nilai alpha cronbach $> 0,60$ maka dapat disimpulkan variabel tersebut dikatakan realibel atau konsisten dalam mengukur (Putri, 2015).

2.5.5 Customer Satisfaction Index (CSI)

CSI merupakan suatu skala pengukuran yang menggambarkan tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk. Menurut (Aritonang, 2015) CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut – atribut produk. Pengukuran terhadap CSI diperlukan karena hasil dari pengkuran dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan sasaran di tahun – tahun mendatang (Irawan, 2003).

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru. Penelitian terdahulu berisi berbagai macam penelitian atau riset dari beberapa peneliti yang telah dipublikasikan dalam bentuk buku, jurnal, skripsi, tesis, berita atau informasi yang digunakan oleh peneliti sebagai media referensi dan pertimbangan dalam melakukan penelitian terkait dengan Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Minyak Goreng Kemasan Dan Minyak Goreng Curah Di Kelurahan Tembung. Berikut beberapa penelitian terdahulu dalam penelitian ini, yaitu:

Haprihatun (2019) “Tingkat Kepuasan Ibu Rumah Tangga Dalam Mengonsumsi Minyak Goreng Kemasan Merek Bimoli Di Kecamatan Selong Kabupaten Lombok Timur”. Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui

tingkat kepuasan ibu rumah tangga terhadap atribut produk minyak goreng kemasan merek bimoli. 2) untuk mengetahui atribut – atribut produk minyak goreng kemasan merek bimoli yang memiliki nilai kepuasan yang tinggi. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik kuisisioner. Lokasi penelitian dilakukan di Kecamatan Selong, dalam hal ini ditentukan secara *purposive sample*. Analisis yang digunakan adalah *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan ibu rumah tangga sebesar 78,83% termasuk dalam kategori puas. Atribut – atribut minyak goreng kemasan merek bimoli yang memiliki nilai kepuasan yang tinggi adalah kejernihan, penambahan vitamin, adanya izin BPOM, adanya logo halal, informasi nilai gizi, kode kadarluasa, aroma dan kemudahan yang didapat.

Sitio, dkk (2023) “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumsi Minyak Goreng Kemasan Oleh Ibu – ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Tembung”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan dan loyalitas ibu rumah tangga terhadap minyak goreng kemasan di Kelurahan Tembung. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode *probability* yaitu metode yang dimana pengambilan sampel dari suatu kelompok atau populasi secara random di Kecamatan Medan Tembung. Data dikumpulkan dengan teknik survey dan pengolahan data dengan uji validitas dan realibilitas untuk mengetahui valid dan realibel dengan r hitung setiap atribut yang diperlukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan ibu – ibu rumah tangga sangat tinggi dan tingkat loyalitas ibu – ibu rumah tangga

terhadap minyak goreng kemasan dengan faktor kebiasaan (*habitual buyer*) sebesar 95% berdasarkan kepuasan saat membeli (*satisfied buyer*) sebesar 93% berdasarkan factor harga (*price buyer*) sebesar 25% dan berdasarkan factor keseringan mengganti merek (*liking the brand*) sebesar 47%.

Sarendaren (2015) “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Konsumsi Minyak Goreng Curah Di Pasar Pinasungkulan Karombasan”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk minyak goreng curah di Kota Manado ditinjau dari harga, produk, lokasi dan pelayanan di pasar Pinasungkulan Karombasan Manado. Pengumpulan data dilakukan selama 3 bulan yaitu dari bulan januari – maret 2015. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diolah dengan menggunakan pertanyaan kepada responden. Data sekunder diperoleh dari seluruh pemilik usaha/toko atau konsumen minyak goreng curah yang terkait dalam penelitian ini, yaitu para pedagang dan konsumen baik yang berjualan dan berbelanja di pasar Pinasungkulan Karombasan Manado. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan produk yang ditawarkan oleh 13 toko sekitar pasar Pinasungkulan Karombasan Manado sangatlah terjangkau sehingga membuat para masyarakat atau konsumen merasa puas terhadap harga dan produk minyak goreng curah yang dijual dipasaran. Namun disisi lainnya lokasi pasar Pinasungkulan Karombasan Manado dan pelayanannya masih perlu ditingkatkan.

Nopriyenti (2019) “ Analisis Tingkat Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Minyak Goreng Kemasan Di Desa Muaro Sentajo Kecamatan Sentajo Raya Kabupaten Kuantan Singingi”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui

perilaku, tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap minyak goreng kemasan di Desa Muaro Sentajo Kecamatan Sentajo Raya Kabupaten Kuantan Singingi. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, skala likert, *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) atau index kepuasan konsumen serta analisis loyalitas. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh sikap konsumen terhadap minyak goreng kemasan berada pada kategori sangat penting terhadap minyak goreng kemasan yang beredar di Desa Muaro Sentajo yang berada pada kriteria skor 21-27 dengan jumlah 15 responden dari 30 responden dengan presentase 50%. Untuk hasil analisis IPA atribut yang berada pada kuadran II yaitu harga, desain kemasan, merek dan promo penjualan. Hasil perhitungan index kepuasan adalah 80%. Dimana nilai ini berada pada range index kepuasan konsumen 41% - 80%. Dan tingkat loyalitas konsumen terhadap minyak goreng kemasan belum pada tahap pembeli yang loyal karena pada piramida loyalitas nilai *Switcher buyer* masih diatas 50% yaitu sebesar 66,67% dengan kategori sering dan nilai *committed buyer* juga sangat kecil yaitu sebesar 26,67% dengan kategori tidak suka, untuk *nilai Liking The Brand* dan *Satisfied Buyer* yaitu sebesar 100% dengan kategori sangat puas. Dan nilai *Habitual Buyer* sebesar 90% dengan ketegori setuju.

dkk (2021) “Analisis Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Minyak Goreng Kemasan Bimoli (Studi Kasus: Pada Ibu – Ibu Rumah Tangga Kecamatan Medan Baru)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen minyak goreng kemasan bermerek bimoli. Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan teknik angket (kuisisioner) dan wawancara. Bagian pertama berkaitan dengan karakteristik responden yaitu

berisi, pertanyaan – pertanyaan mengenai karakteristik pembelian responden minyak goreng bimoli. Kedua kepuasan responden, dan bagian terakhir yaitu menggunakan *Microsoft Exel*, *Importance Performance Analysis* (IPA), *Customer Satisfaction Index* (CSI). Atribut – atribut yang memuaskan konsumen akan produk minyak goreng kemasan bermerek bimoli. Metode analisis IPA minyak goreng bimoli adalah terbagi 4 kuadran yaitu kuadran 1 atribut yang perlu diperhatikan yaitu cepat panas. Atribut yang berada di kuadran II yaitu ada merek, aroma, kejernihan, informasi gizi, dan jaminan halal. Kuadran III ada kemasan menarik, prestise, varian ukuran produk, layanan informasi, banyak digunakan orang lain, iklan, promosi dan kemudahan didapat. Di kuadran IV ada tidak berbusa saat dipakai, kemampuan membuat renyah, cepat tiris, harga sesuai kualitas. Metode analisis CSI terbagi 5 tingkatan kriteria yaitu *price buyer*, *habitual buyer*, *satisfied buyer*, *liking the brand*, *committed buyer*.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di Kelurahan Tembung, pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja (*Purposive*) karena berdasarkan pertimbangan bahwasannya Kelurahan Tembung memiliki jumlah toko yang tertinggi yaitu 87 toko. Pengumpulan data dilakukan dilokasi pada bulan april – mei 2023.

3.2 Metode Pengambilan Sampel

1. Populasi

Menurut Arikunto (2017:173) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian apabila peneliti ingin meneliti semua elemennya yang ada dalam wilayah penelitian maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Objek pada populasi diteliti hasilnya dianalisis, disimpulkan dan kesimpulannya berlaku untuk seluruh populasi. Penelitian yang dilakukan menggunakan teknik pengambilan sampel dengan cara sengaja (*purposive*). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah di Kelurahan Tembung.

2. Sampel

Sample adalah bagian dari populasi yang ingin diteliti oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2010) sample adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sehingga sample merupakan bagian dari populasi yang ada, sehingga untuk pengambilan sample harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan – pertimbangan yang ada.

Metode pengambilan sample diperoleh dari konsumen yang berbelanja di Toko Kelurahan Tembung. Karakteristik sample penelitian ini adalah konsumen dengan usia minimal 17 tahun yang sedang membeli minyak goreng kemasan atau curah di toko, dengan jenis kelamin laki – laki maupun perempuan. Berdasarkan prasarvei diperoleh jumlah toko sebanyak 87, namun dipilih 30 toko sembako yang menjual minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah di Kelurahan Tembung. Berdasarkan tempat yang dimiliki paling besar atau lengkap dimana dari setiap toko tersebut diambil 2 orang konsumen sebagai sample penelitian. Jadi sample penelitian ini sebanyak 30 responden minyak goreng kemasan dan 30 responden minyak goreng curah.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yang berupa metode observasi, wawancara, dan angket/questioner dan dokumentasi secara langsung terhadap konsumen minyak kemasan dan minyak curah di Kelurahan Tembung. Menurut Sugiono (2018) data primer yaitu sumber daya yang langsung memberikan data kepada

pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.

Sedangkan data sekunder menurut Sugiono (2016) merupakan sumber daya yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen.

1. Observasi

Teknik ini adalah menuntut adanya pengamatan dari penelitian baik cara langsung dan tidak langsung. observasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengamatan secara partisipan yaitu peneliti ikut serta dalam melaksanakan pengamatan langsung terhadap para responden.

2. Wawancara

Teknik wawancara yang dalam penelitian ini yaitu wawancara tidak terstruktur atau terbuka. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan data. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis – garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

3. Angket/Kuesioner

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Teknik pengumpuland data dalam penelitian ini adalah metode kuesioner yang merupakan teknik penguumpulan data yang efisien bila peneliti tau apa yang diharapkan dari responden. Jenis angket yang digunakan adalah angket tertutup dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden tinggal

memberikan tanda (√) pada kolom. skala yang digunakan adalah skala likert, skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Pada pengukuran aspek kepuasan konsumen terhadap atribut dengan menggunakan skala likert keterangan sebagai berikut:

SP: sangat puas (5)

SP: sangat penting (5)

P: puas (4)

P: penting (4)

CP: cukup puas (3)

CP: cukup Penting (3)

TP: Tidak Puas (2)

TP: tidak penting (2)

STP: sangat tidak puas (1)

STP: sangat tidak penting (1)

4. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiyono (2018) yaitu suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Metode dokumentasi adalah bahan bukti/pendukung bagi peneliti pada saat dilapangan seperti rekaman, gambar, dokumen serta catatan. Untuk teknik dokumentasi yang peneliti lakukan agar dapat menjadi bukti suatu penelitian.

3.4 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2017) analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Metode analisis data bagian dari proses dimana data primer dan data sekunder yang dikumpulkan lalu diproses untuk menghasilkan kesimpulan dalam pengambilan keputusan. Dalam penelitian ini yang saya lakukan menggunakan metode kuantitatif dengan teknik

analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ada 2 yaitu analisis Uji Validitas, Uji Reabilitas, *Customer Satisfaction Index* (CSI) guna mengetahui berapa besar kepuasan konsumen terhadap minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah di Kelurahan Tembung.

3.4.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana ketepatan alat mengukur sah atau tidaknya kuisioner, untuk suatu kuisioner dikatakan valid jika suatu pernyataan pada kuisioner mampu mengungkap suatu yang akan diukur terhadap kuisioner tersebut. Dalam uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Jika $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} dengan huruf taraf signifikan 0,05 maka indikator dari variabel penelitian tersebut dapat dikatakan valid (Khaerunnisa,2020).

$$r = \frac{n (\sum XY) - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana :

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah responden atau sampel

$\sum x$ = Jumlah jawaban variabel X

$\sum y$ = Jumlah jawaban variabel Y

3.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiono (2016), Reliabilitas merupakan tingkat keandalan suatu instrumen penelitian, Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang apabila digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Uji reliabilitas akan dapat menunjukkan konsistensi dari jawaban – jawaban responden yang terdapat pada kuisioner. Uji reliabilitas dilakukan

dengan menguji butirpernyataan yang telah dinyatakan valid dalam uji validitas dan akan ditentukan relibitasnya. Reliabilitas suatu konstuk variabel dilakukan baik jika memiliki nilai Cronbach's alpha lebih besar ($>$) 0,60.

$$= \frac{K1 \sum S_j^2}{K - 1 \quad S^2X}$$

Dimana :

n = Koefisien Korelasi

n = Jumlah responden atau sampel

Sj = Varians responden untuk item

Sx = Jumlah varians skor total

3.4.3 Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI)

CSI merupakan suatu skala pengukuran yang menggambarkan tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk. Menurut Aritonang (2005) CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepuasan dari atribut – atribut produk. Pengukuran terhadap CSI diperlukan karena hasil dari pengukuran dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan sasaran di tahun – tahun mendatang (Irawan,2003).

Cara menghitung Index kepuasan konsumen (Aritonang,2005), yaitu:

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS). MIS adalah rata – rata dari skor kepentingan suatu atribut, sedangkan MSS adalah rata – rata untuk tingkat kepuasan yang berasal dari kinerja jasa yang dirasakan oleh pengguna MIS dan MSS dihitung dengan menggunakan persamaan :

$$MIS = \left[\frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n} \right]$$

$$MSS = \left[\frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \right]$$

Keterangan :

n= Total Responden

Yi = Skor Atribut Importance ke i

Xi= Skor Atribut Performance ke i

2. Membuat Menghitung *Weight Factor* (WF) atau faktor tertimbang. Bobot ini merupakan persentase dari nilai MIS per indikator terhadap total MIS seluruh indikator.

$$WF_{i=} \left[\frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\% \right]$$

Keterangan :

MIS_i = Nilai rata-rata kepentingan ke-i

$\sum_{i=1}^p MIS_i$ = Total rata-rata kepentingan dari i ke p

3. Menghitung *Weight Score* (WS) atau skor tertimbang. Bobot ini merupakan perkalian antara WF dan MSS. Rumus yang digunakan untuk menghitung *Weight Score* (WS) adalah sebagai berikut:

$$Wsi = WFi \times MSS$$

Keterangan :

WFi = faktor tertimbang ke-i

MSS = Rata – rata tingkat kepuasan (*performance*)

4. Menentukannilai *Customer Satisfaction Index* (CSI). Nilai CSI dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CSI = \left[\frac{\sum_{i=1}^p WSI}{HS} \times 100\% \right]$$

Keterangan :

$\sum_{i=1}^p WSI$ = Total rata-rata kepentingan dari i ke p

HS = Skala maksimum yang digunakan atau *Higest Scale*

Sehingga kriteria kepuasan adalah sebagai berikut:

Tabel8. Nilai dan Kriteria CSI

Nilai CSI	Kriteria CSI
0% < CSI ≤ 20%	Sangat Tidak Puas
20% < CSI ≤ 40%	Tidak Puas
40% < CSI ≤ 60%	Cukup Puas
60% < CSI ≤ 80%	Puas
80% < CSI ≤ 100%	Sangat Puas

Sumber: Nurmalina dan Astuti, 2012

3.5Defenisi Operasional Variabel

1. Minyak goreng adalah satuan produk jadi primer yang dihasilkan dari buah kelapa sawit.
2. Minyak goreng kemasan adalah jenis minyak yang sudah bermerek dan biasanya dijual dalam bentuk kemasan *refill* (isi ulang plastik), drigen dan botolan dengan satuan yang digunakan dalam liter.
3. Minyak goreng curah adalah minyak yang hanya sekali disaring berwarna kuning keruh, dan dijual dalam jumlah besar (Kg).
4. Tingkat kepuasan didefenisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dan dibandingkan dengan harapannya.
5. Konsumen minyak goreng adalah orang yang dijadikan sebagai sampel atau responden yang membeli minyak goreng kemasan atau minyak goreng curah untuk dikonsumsi pada tingkat rumah tangga (sebagai konsumen akhir) di Kelurahan Tembung.
6. Atribut atau faktor merupakan variabel minyak goreng yang melengkapi kategori yang dimiliki dan ditentukan untuk dipilih konsumen sebagai

bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian minyak goreng. Atribut yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

- a. Harga merupakan sejumlah uang yang ditukarkan untuk memperoleh sebuah produk dan jasa (Rp).
- b. Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi – fungsinya seperti daya tarik, tidak mudah bocor, tidak berbau, dan tahan lama.
- c. Kemasan adalah karakteristik yang melekat pada suatu produk, di dalam kemasan akan tercantum informasi dari produk tersebut seperti komposisi, petunjuk dan cara penyimpanan, berat, bersih, kehalalan dari produk, perusahaan yang memproduksi produk, manfaat pada produk dan lain – lain.
- d. Ketersediaan adalah kemudahan untuk memperoleh produk tersebut, serta segala sesuatu yang dibutuhkan oleh pelanggan dalam rangka mengkonsumsi produk tersebut.
- e. Warna produk adalah identitas pembeda suatu merek untuk menyampaikan pesan yang diinginkan suatu produk.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Kelurahan Tembung dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut minyak goreng kemasan dengan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) diperoleh sebesar 69,25% yang berada pada rentang indeks kepuasan 60% - 80% yang menunjukkan bahwa indeks kepuasan konsumen minyak goreng kemasan berada dalam kategori “Puas”. Terhadap harga minyak goreng kemasan tergantung ukuran produk dengan

Sedangkan tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut minyak goreng curah diperoleh sebesar 40,89% yang berada pada rentang indeks kepuasan 20% - 40% yang menunjukkan bahwa indeks kepuasan konsumen minyak goreng curah berada dalam kategori “Tidak Puas”. Terhadap kualitas minyak goreng curah sesuai dengan harga produk.

6.2 Saran

Kepada pedagang minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah di Kelurahan Tembung untuk memperhatikan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen antara lain:

- a. Pada minyak goreng kemasan: sediakanlah warna minyak goreng yang jernih karena menurut konsumen saat berbelanja di toko kelurahan Tembung terdapat warna minyak goreng yang kuning keruh.
- b. Pada minyak goreng curah: sediakanlah kualitas produk minyak goreng curah yang baik karena saat konsumen berbelanja di toko Kelurahan Tembung masih terdapat kualitas yang tidak memenuhi kriteria.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, Rizwa Raheem, Parmar, Visnu and Amin, Muh Ahmed, 2014, *“The Impact Of Product Packaging on Consumer’s Buying Behavior”*. *Journal of Scientific Research*.
- Ilorerung, D., M. Syakir, Z. Poeloengan, Syafaruddin, W. Ruraini. 2010. *Budidaya Kelapa Sawit*. Pusat Penelitian dan Pengembangan Perkebunan, Bogor.
- Alma, Buchari, 2013, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Amsel Bakhtiar, 2006. *Perekonomian Indonesia*, (Surabaya: Permata Utama).
- Apriyani, D. A., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen the Little a Coffe Shop Sidoarjo). *Jurnal Adminitrasi Bisnis*, 51(2), 1-7.
- Badan Pusat Statistik Sumatera Utara. 2021. *Konsumsi Minyak Goreng Di Sumatera Utara*.
- Badan Pusat Statistik (Bps) Provinsi Sumatera Utara. 2021
- Badan Standarisasi Nasional (Bsn) Yaitu Sni 7709:2019. *Syarat Mutu Minyak Goreng Kelapa Sawit*. Dewan Standar Nasional: Jakarta.

- Bundakata, 2007. Minyak Goreng Curah dan Kemasan. <http://bundakata.Bolgspot.com/2012/06/minyak-gorengcurahdankemasan.html>. diakses pada tanggal 19 oktober 2012, Makassar.
- Bukhori, M dan Tutik, E.2017. Faktor – Faktor yang dipertimbangkan dalam Keputusan Pembelian Minyak Goreng Bimoli Pada Ibu Rumah Tangga Desa Kebonagung Kecamatan Purworejo Kota Pasuruan. JIBEKA Vol.11 No.2:11 – 20.
- Conlon, C., & Mortimer, J. (2010). Effects of product availability: experimental Evidence. *Journal of Business Management and Economic Studies*. 1-41.
- Dapkevecius, A. dan Melnikas, B. (2009). Pengaruh Harga dan Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan: Pendekatan Neuromarketing, jurnal Vilnius Gediminas Universitas teknik.
- Dwinada, Frizky. 2012 Analisis Faktor – Faktor Minyak Goreng Kemasan
- Fandy Tjiptono, 2012, Strategi Pemasaran, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Griwono, E.P. 2016. Sawit Minyak nabatipaling sehat. GAPKI Indonesian Palm Oil Association. IPB.
- Hassanudin, 2005. Konsumen Dan Strategi Pemasaran. Prehallindo. Jakarta.
- Hariadi, Purwiyanto. 2014. Buku Mengenal Saeit Dengan Beberapa Karakter.
- Kataren, S. 1986. Pengantar Teknologi Minyak Dan Lemak Pangan. Cetakan Pertama. Jakarta: Ui-Press.
- Kotler, Philip And Gary Armstrong. 2008. Prinsip – Prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga. Merek Bimoli (Studi Kasus : Rumah Tangga Di Kota Bogor). Institut Pertanian Bogor.
- Kotler dan Keller. 2009. Perilaku Konsumen, edisi pertama, Graha Ilmu. Yogyakarta.
- N.J. 2003. Perilaku Konsumen Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran. Kencana . Jakarta
- Pardamean, M. 2012. Sukses Membuka Kebun Dan Pabrik Kelapa Sawit. Penebar Swadaya. Jakarta. ID.
- Purbasari, D. M., & Purnamasari, D. L. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 2 (1), 43-54

Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS). 2003. Budidaya Kelapa Sawit. Pusat. Penelitian Kelapa Sawit Medan.

Qurrota, Hilma. 2013. Kerusakan Minyak. [https://www. Academia. Edu /8072515/](https://www.academia.edu/8072515/)

Laporan Praktikum Kimia Pangan 1 – Kerusakan Minyak. Di Akses Pada Tanggal 08 Desember 2014. Makassar.

Setiadi, N.J. 2003. Perilaku Konsumen dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Kencana. Jakarta. Sumadji P., Y. Pratama, dan Rosita. 2006. Kamus Ekonomi. Wipress

Sumarwan, Ujang. 2004. Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran). Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.

Supriyana, E.2006. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Konsumen Dalam PembelianMinyak Goreng Bermerek Dan Tidak Bermerek (Kasus : Rumah Makan Di Kota Bogor) Skripsi Pada Departemen Ekstensi Manajemen Agribisnis , Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.

Susanto, Urip. 2009. Label Non Kolesterol dalam Minyak Goreng. Jurnal Urip Santoso.

Sitekno, 2012. Minyak Goreng Sawit. (<http://sitekno.com>). Diakses pada tanggal 6 Februari 2013 pukul 13.00 WIB.

Setiadi, Kotler, Amstrong. 2000. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Stanton, F. R. 2003. Manajemen Strategis, Konsep, Salemba Empat, Jakarta.

Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.

Wibowo, S. 2008. Virgin Coconut Oil Terpuruk Karena Bisnis Amerika.



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Daftar Kuisisioner Penelitian

Bapak/Ibu/Saudara/i yang terhormat, saya mahasiswi Universitas Medan Area melaksanakan penelitian mengenai “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Minyak Goreng Kemasan Dan Minyak Goreng Curah Di Kelurahan Tembung”. Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i, untuk mengisi kuisisioner penelitian ini, partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i sangat berharga sebagai bahan masukkan untuk proses mengambil keputusan penelitian ini. Saya ucapkan terima kasih atas bantuan dan perhatiannya.

Medan,

Peneliti

1. PETUNJUK PENGISIAN KUISISIONER

- a. Isi identitas diri anda.
- b. Bacalah setiap pernyataan dengan seksama sesuai dengan kondisi aktivitas keseharian anda.
- c. Isilah setiap pernyataan dengan benar sesuai dengan pendapat anda.
- d. Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan pendapat anda dengan keterangan tanda (\surd) pada kolom jawaban yang tersedia.

(Skala likert kepuasan)

(Skala likert kepentingan)

SP: sangat puas (5)

SP: sangat penting (5)

P: puas (4)

P: penting (4)

CP: cukup puas (3)

CP: cukup Penting (3)

TP: Tidak Puas (2)

TP: tidak penting (2)

STP: sangat tidak puas (1)

STP: sangat tidak penting (1)

2. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden :
2. Umur Responden :
3. Jenis Kelamin : Laki – laki Perempuan
4. Status Pernikahan :
5. Pekerjaan :
6. Pendidikan :
 - a. Sd Sederajat
 - b. SMP Sederajat
 - c. SMA Sederajat
 - d. D-3
 - e. S-1
7. Jumlah Anggota Keluarga :
 - a. 2 - 3
 - b. 4 – 5

8. Jumlah Tanggungan :

a. 0 -1

b. 2 – 3

c. 4

9. Pendapatan/Bulan :

3. PERNYATAAN KEPUASAN KUISIONER MINYAK KEMASAN

A. Harga (X1)

Indikator	Pernyataan	SP	P	CS	TP	STP
Terjangkau Rp. 14.000 – 18.000/liter	1. Harga minyak goreng kemasan terjangkau untuk semua kalangan masyarakat.					
Kesesuaian harga dengan kualitas	2. Harga minyak goreng kemasan sesuai dengan permintaan. 3. Harga minyak goreng kemasan cukup tinggi tapi menurut saya kualitasnya sesuai. 4. Harga minyak goreng					

	kemasan tergantung					
Indikator	Pernyataan	SP	P	CP	TP	STP
	5. Harga minyak goreng kemasan yang rendah membuat konsumen untuk membeli lagi.					



B. KUALITAS (X2)

Kinerja Produk	1. Minyak goreng					
Indikator	Pernyataan	SP	P	CP	TP	STP
	<p>kemasan memiliki kualitas produk yang baik.</p> <p>2. Minyak goreng kemasan aman saat digunakan.</p> <p>3. Harga yang dipasarkan minyak goreng kemasan sesuai dengan kualitas produk.</p>					
Daya tahan	<p>4. Minyak goreng kemasan mempunyai daya tahan produk yang lama.</p> <p>5. Minyak goreng kemasan tidak mudah beku.</p>					

C. KEMASAN (X3)

Tidak Mudah Bocor	1. Saya tertarik menggunakan minyak goreng kemasan karena tidak mudah bocor.	SP	P	CP	TP	STP
Tidak Berbau	2. Saya tertarik dengan minyak goreng kemasan karena tidak bau. 3. Kemasan produk minyak goreng kemasan aman dan tidak merusak rasa produk.					
Tahan Lama	4. Saya tertarik dengan minyak goreng kemasan karena memiliki umur simpan yang lama. 5. Saya tertarik dengan minyak goreng kemasan karena bentuk kemasan yang praktis.					

D. KETERSEDIAAN PRODUK (X4)

Mudah diperoleh	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minyak goreng kemasan dapat diperoleh dengan mudah. 2. Saya merasa minyak goreng kemasan selalu dijual dipasar dan toko setiap hari. 3. Saya merasa minyak goreng kemasan banyak dijual dengan bebas. 4. Saya merasa minyak goreng kemasan sulit didapat pada waktu tertentu(bulan ramadhan, lebaran dan tahun baru. 5. Saya merasa minyak goreng kemasan memiliki stok penyimpanan 					
-----------------	--	--	--	--	--	--

E. WARNA PRODUK (X5)

Indikator	Pernyataan	SP	P	CP	TP	STP
Warna	1. Saya merasa minyak goreng kemasan memiliki warna yang jernih.					
	2. Minyak goreng kemasan memiliki warna yang menarik.					
	3. Warna minyak goreng kemasan tersedia dalam berbagai warna.					
	4. Saya tertarik dengan minyak goreng kemasan karena saya suka warna produknya.					
	5. Minyak goreng kemasan jika disimpan dengan lama warna minyak goreng tidak berubah.					

SIKAP KONSUMEN MINYAK KEMASAN (Y)

No.	Pernyataan	SP	P	CP	TP	STP
-----	------------	----	---	----	----	-----

1.	Saya memilih minyak goreng kemasan karena yakin akan kualitas produknya.					
----	--	--	--	--	--	--

Indikator	Pernyataan	SP	P	CP	TP	STP
2.	Saya memilih minyak goreng kemasan karena suka produknya.					
3.	Karena pengetahuan tentang produk, saya tidak memilih minyak goreng kemasan.					
4.	Saya tidak suka minyak goreng kemasan karena saya tidak suka produknya.					
5.	Saya tidak memilih minyak goreng kemasan karena saya tidak percaya dengan kualitas produk.					

5. PERNYATAAN KEPUASAN KUISIONER MINYAK CURAH

A. Harga (X1)

UNIVERSITAS MEDAN AREA

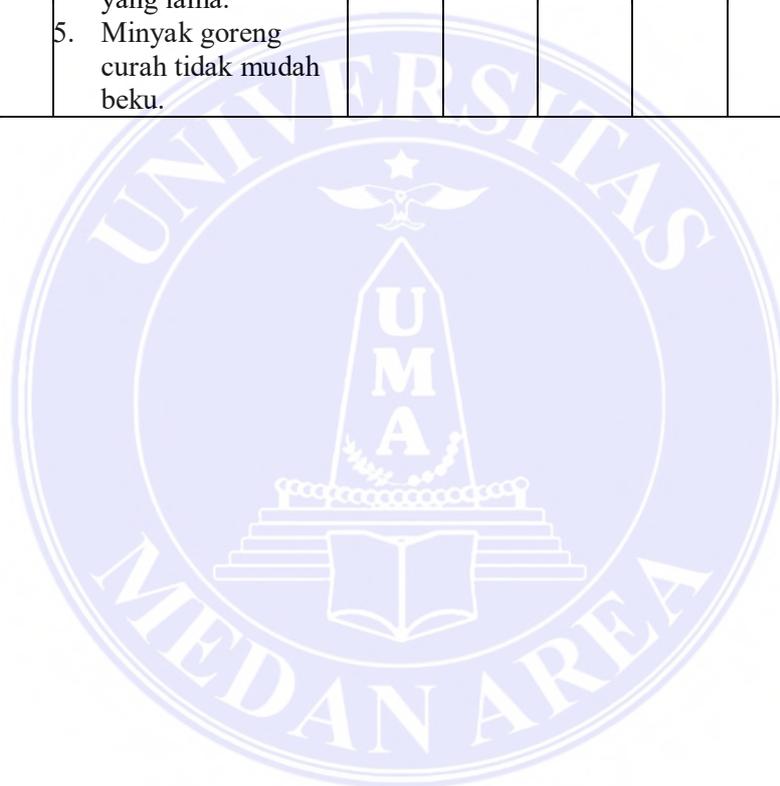
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Terjangkau Rp. 13.500 – 14.000/Liter	1. Harga minyak goreng curah terjangkau untuk semua kalangan masyarakat.							
Indikator	Pernyataan	SP	P	CP	TP	STP		
Kinerja Kesesuaian Produk	1. Minyak goreng curah memiliki harga dengan kualitas							
	2. Harga minyak goreng curah sesuai dengan permintaan.							
	3. Harga minyak goreng curah cukup tinggi, tapi menurut saya kualitasnya sesuai.							
	4. Harga minyak goreng curah tergantung ukuran produk.							
	5. Harga minyak goreng curah yang rendah membuat konsumen untuk membeli lagi.							

	<p>kualitas produk yang baik.</p> <p>2. Minyak goreng curah aman saat digunakan.</p> <p>3. Harga yang dipasarkan minyak goreng curah sesuai dengan kualitas produk.</p>					
<p>Daya Tahan</p>	<p>4. Minyak goreng curah memiliki daya tahan produk yang lama.</p> <p>5. Minyak goreng curah tidak mudah beku.</p>					

**B. K
UALIT
AS (X2)**



Indikator	Pernyataan	SP	P	CP	TP	STP
Tidak Mudah Bocor	1. Saya tertarik menggunakan minyak goreng curah karena kemasan tidak mudah bocor.					
Tidak Berbau	2. Saya tertarik dengan minyak goreng curah karena tidak bau. 3. Kemasan produk produk aman dan tidak merusak rasa produk.					
Tahan Lama	4. Saya tertarik dengan minyak goreng curah karena tahan lama. 5. Saya tertarik dengan minyak goreng curah karena bentuk kemasan yang praktis.					

C. KEMASAN (X3)

Indikator	Pernyataan	SP	P	CP	TP	STP
Mudah Diperoleh	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minyak goreng curah dapat diperoleh dengan mudah. 2. Saya merasa minyak goreng curah selalu dijual dipasar dan toko setiap hari. 3. Saya merasa minyak goreng curah banyak dijual dengan bebas. 4. Saya merasa minyak goreng curah sulit didapat pada waktu tertentu (bulan ramadan, lebaran dan tahun baru). 5. Saya merasa minyak goreng curah selalu memiliki stok penyimpanan. 					

D. K

ETERSEDIAAN PRODUK (X4)

Indikator	Pernyataan	SP	P	CP	TP	STP
Warna	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa minyak goreng curah memiliki warna yang kuning keruh. 2. Minyak goreng curah memiliki warna yang menarik. 3. Warna minyak goreng curah tersedia dalam berbagai warna. 4. Saya tertarik dengan minyak goreng curah karena saya suka warna produknya. 5. Minyak goreng curah jika disimpan dengan lama warna minyak goreng tidak berubah. 					

E. WARNA PRODUK (X5)



SIKAP KONSUMEN MINYAK GORENG CURAH

No	Pernyataan	SP	P	CP	TP	STP
1.	Saya memilih minyak goreng curah karena yakin akan kualitas produknya.					
2.	Saya memilih minyak goreng curah karena saya suka produknya.					
3.	Karena pengetahuan tentang produk, saya tidak memilih minyak goreng curah.					
4.	Saya tidak suka minyak goreng curah karena saya tidak suka produknya.					
5.	Saya tidak memilih minyak goreng curah karena saya tidak percaya dengan kualitas produk.					

5. PERNYATAAN KEPENTINGAN KUISIONER MINYAK KEMASAN

A. Harga (X1)

Indikator	Pernyataan	SP	P	CP	TP	STP
Terjangkau Rp. 14.000- 18.000/Liter	1. Harga minyak goreng kemasan terjangkau untuk semua kalangan masyarakat.					
Kesesuaian Harga Dengan Kualitas	2. Harga minyak goreng kemasan sesuai dengan permintaa. 3. Harga minyak goreng kemasan cukup tinggi, tapi menurut saya kualitasnya sesuai. 4. Harga minyak goreng kemasan tergantung ukuran produk. 5. Harga minyak goreng kemasan					

	yang rendah membuat konsumen untuk membeli lagi.					
--	--	--	--	--	--	--

B. KUALITAS (X2)

Indikator	Pernyataan	SP	P	CP	TP	STP
Kinerja Produk	1. Minyak goreng kemasan memiliki kualitas produk yang baik. 2. Minyak goreng kemasan aman saat digunakan. 3. Harga yang dipasarkan minyak goreng kemasan sesuai dengan kualitas produk					
Daya Tahan	4. Minyak goreng kemasan mempunyai daya produk yang tahan lama. 5. Minyak goreng kemasan tidak mudah beku.					

C. KEMASAN (X3)

Indikator	Pernyataan	SP	P	TP	CP	STP
Tidak Mudah Bocor	1. Saya tertarik menggunakan minyak goreng kemasan karena kemasan tidak mudah bocor.					
Tidak Bau	2. Saya tertarik dengan minyak goreng kemasan karena tidak bau. 3. Kemasan produk aman dan tidak merusak rasa produk.					
Tahan Lama	4. Saya tertarik dengan minyak goreng kemasan karena memiliki umur simpan yang lama. 5. Saya tertarik dengan minyak goreng kemasan karena bentuk kemasan yang praktis.					

D. KETERSEDIAAN PRODUK (X4)

Indikator	Pernyataan	SP	P	CP	TP	STP
Mudah Diperoleh	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minyak goreng kemasan dapat diperoleh dengan mudah. 2. Saya merasa minyak goreng kemasan selalu dijual dipasar dan toko setiap hari. 3. Saya merasa minyak goreng kemasan banyak dijual dengan bebas. 4. Saya merasa minyak goreng kemasan sulit didapat pada waktu tertentu (bulan ramadhan, lebaran dan tahun baru). 5. Saya merasa minyak goreng kemasan selalu memiliki stok penyimpanan. 					

E. WARNA PRODUK (X5)

Indikator	Pernyataan	SP	P	CP	TP	STP
Warna	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa minyak goreng kemasan memiliki warna yang jernih. 2. Minyak goreng kemasan memiliki warna yang menarik. 3. Minyak goreng kemasan tersedia dalam berbagai warna. 4. Saya tertarik dengan minyak goreng kemasan karena saya suka warna produknya. 5. Minyak goreng kemasan jika disimpan dengan lama warna minyak goreng kemasan tidak berubah. 					

SIKAP KONSUMEN MINYAK GORENG KEMASAN

No	Pernyataan	SP	P	CP	TP	STP
1.	Saya memilih minyak goreng kemasan karena karena saya yakin akan kualitasnya.					
2.	Saya memilih minyak goreng kemasan karena saya suka produknya.					
3.	Karena pengetahuan tentang produk,saya memilih minyak goreng kemasan					
4.	Saya tidak suka minyak goreng kemasan karena saya tidak suka produknya.					
5.	Saya tidak memilih minyak goreng kemasan karena saya tidak percaya dengan kualitas produknya.					

6. PERNYATAAN KEPENTINGAN KUISIONER MINYAK CURAH

A. Harga (X1)

Indikator	Pernyataan	SP	P	CS	TP	STP
Terjangkau Rp. 13.500 – 14.000	1. Harga minyak goreng curah terjangkau untuk semua kalangan masyarakat.					
Kesesuaian Harga dengan kualitas	2. Harga minyak goreng curah sesuai dengan permintaan. 3. Harga minyak goreng curah cukup tinggi, tapi menurut saya kualitasnya sesuai. 4. Harga minyak goreng curah tergantung ukuran produk. 5. Harga minyak goreng curah yang rendah membuat konsumen untuk membeli lagi.					

B. KUALITAS (X2)

Indikator	Pernyataan	SP	P	TP	TP	STP
Kinerja Produk	1. Minyak goreng curah memiliki kualitas produk yang baik. 2. Minyak goreng curah aman saat digunakan. 3. Harga yang dipasarkan minyak goreng curah sesuai dengan kualitas produk.					
Daya Tahan	4. Minyak goreng curah mempunyai daya tahan produk yang lama. 5. Minyak goreng curah tidak mudah beku.					

C. KEMASAN (X3)

Indikator	Pernyataan	SP	P	CP	TP	STP
Tidak Mudah Bocor	1. Saya tertarik dengan minyak goreng curah karena kemasan tidak mudah bocor.					
Tidak Berbau	2. Saya tertarik dengan minyak goreng curah karena tidak bau. 3. Kemasan produk minyak goreng curah aman dan tidak merusak rasa produk.					
Tahan Lama	4. Saya tertarik dengan minyak goreng curah karena memiliki umur simpan yang lama. 5. Saya tertarik dengan minyak goreng curah karena bentuk kemasan yang praktis.					

D. KETERSEDIAAN PRODUK (X4)

Mudah Diperoleh	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minyak goreng curah dapat diperoleh dengan mudah. 2. Saya merasa minyak goreng curah selalu dijual di pasar dan toko setiap hari. 3. Saya merasa minyak goreng curah banyak dijual dengan bebas. 4. Saya merasa minyak goreng curah sulit didapat pada waktu tertentu (bulan ramadhan,lebaran dan tahun baru. 5. Saya merasa minyak goreng curah selalu memiliki stok penyimpanan. 					
-----------------	---	--	--	--	--	--

E. WARNA PRODUK (X5)

Indikator	Pernyataan	SP	P	CP	TP	STP
Warna	1. Saya merasa minyak goreng curah memiliki warna yang keruh. 2. Minyak goreng curah memiliki warna yang menarik. 3. Warna minyak goreng curah tersedia dalam berbagai warna. 4. Saya tertarik dengan warna minyak goreng curah karena suka dengan produknya. 5. Minyak goreng curah jika disimpan dengan lama warna minyak goreng tidak berubah.					

SIKAP KONSUMEN MINYAK GORENG CURAH

No	Pernyataan	SP	P	CP	TP	STP
----	------------	----	---	----	----	-----

1.	Saya memilih minyak goreng curah karena yakin akan kualitasnya.					
2.	Saya memilih minyak goreng curah karena suka dengan produknya.					
3.	Karena pengetahuan dengan produk, saya memilih minyak goreng curah.					
4.	Saya tidak suka minyak goreng curah karena saya tidak suka produknya.					
5.	Saya tidak memilih minyak goreng curah karena saya tidak percaya dengan kualitas produk.					

LAMPIRAN 7. Hasil Uji Analisis Minyak Goreng Kemasan

Hasil Uji validitas dan Reabilitas

Harga Minyak Goreng Kemasan (X1)

Correlations

	x1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
x1.1 Pearson Correlation	1	,032	-,081	,181	-,048	,493**
x1.1 Sig. (2-tailed)		,865	,670	,338	,803	,006
N	30	30	30	30	30	30
X1.2 Pearson Correlation	,032	1	,130	-,079	,179	,529**
X1.2 Sig. (2-tailed)	,865		,493	,679	,345	,003
N	30	30	30	30	30	30
X1.3 Pearson Correlation	-,081	,130	1	,226	,112	,438*
X1.3 Sig. (2-tailed)	,670	,493		,229	,556	,016
N	30	30	30	30	30	30
X1.4 Pearson Correlation	,181	-,079	,226	1	,156	,531**
X1.4 Sig. (2-tailed)	,338	,679	,229		,409	,003
N	30	30	30	30	30	30
X1.5 Pearson Correlation	-,048	,179	,112	,156	1	,558**
X1.5 Sig. (2-tailed)	,803	,345	,556	,409		,001
N	30	30	30	30	30	30
Total Pearson Correlation	,493**	,529**	,438*	,531**	,558**	1
Total Sig. (2-tailed)	,006	,003	,016	,003	,001	
N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,657	5

Kualitas Produk Minyak Goreng Kemasan (X2)

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
X2.1 Pearson Correlation	1	-,033	,100	-,022	,171	,452*
X2.1 Sig. (2-tailed)		,861	,600	,908	,365	,012
N	30	30	30	30	30	30
X2.2 Pearson Correlation	-,033	1	,157	,052	-,180	,408*

	Sig. (2-tailed)	,861		,406	,785	,340	,025
	N	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,100	,157	1	-,026	,118	,459*
X2.3	Sig. (2-tailed)	,600	,406		,892	,535	,011
	N	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	-,022	,052	-,026	1	,326	,520**
X2.4	Sig. (2-tailed)	,908	,785	,892		,079	,003
	N	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,171	-,180	,118	,326	1	,651**
X2.5	Sig. (2-tailed)	,365	,340	,535	,079		,000
	N	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,452*	,408*	,459*	,520**	,651**	1
TOTAL	Sig. (2-tailed)	,012	,025	,011	,003	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,658	5

Kemasan Minyak goreng Kemasan (X3)

Correlations

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL	
	Pearson Correlation	1	,284	,073	,313	,377*	,713**
X3.1	Sig. (2-tailed)		,129	,703	,092	,040	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	,284	1	-,171	,158	,181	,485**

	Sig. (2-tailed)	,129		,367	,406	,339	,007
	N	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,073	-,171	1	,037	,423*	,461*
X3.3	Sig. (2-tailed)	,703	,367		,848	,020	,010
	N	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,313	,158	,037	1	,296	,511**
X3.4	Sig. (2-tailed)	,092	,406	,848		,112	,004
	N	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,377*	,181	,423*	,296	1	,798**
X3.5	Sig. (2-tailed)	,040	,339	,020	,112		,000
	N	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,713**	,485**	,461*	,511**	,798**	1
TOTAL	Sig. (2-tailed)	,000	,007	,010	,004	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,734	5

Ketersediaan Produk Minyak Goreng Kemasan (X4)

		Correlations					
		KP.1	KP.2	KP.3	KP.4	KP.5	TOTAL
KP.1	Pearson Correlation	1	-,118	-,012	,312	-,474**	,398*
	Sig. (2-tailed)		,533	,949	,094	,008	,029
	N	30	30	30	30	30	30
KP.2	Pearson Correlation	-,118	1	,000	,351	,530**	,622**
	Sig. (2-tailed)	,533		1,000	,057	,003	,000
	N	30	30	30	30	30	30
KP.3	Pearson Correlation	-,012	,000	1	,135	,036	,417*
	Sig. (2-tailed)	,949	1,000		,476	,849	,022
	N	30	30	30	30	30	30
KP.4	Pearson Correlation	,312	,351	,135	1	,155	,786**
	Sig. (2-tailed)	,094	,057	,476		,413	,000
	N	30	30	30	30	30	30
KP.5	Pearson Correlation	-,474**	,530**	,036	,155	1	,362*
	Sig. (2-tailed)	,008	,003	,849	,413		,049
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,398*	,622**	,417*	,786**	,362*	1
	Sig. (2-tailed)	,029	,000	,022	,000	,049	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,687	5

Warna Minyak Goreng Kemasan (X5)**Correlations**

		W1.1	W2.2	W3.3	W4.4	W5.5	TOTAL
W1.1	Pearson Correlation	1	,025	-,087	,336	,000	,462*
	Sig. (2-tailed)		,895	,647	,070	1,000	,010
	N	30	30	30	30	30	30
W2.2	Pearson Correlation	,025	1	,275	,167	,653**	,672**
	Sig. (2-tailed)	,895		,142	,378	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
W3.3	Pearson Correlation	-,087	,275	1	,144	,451*	,580**
	Sig. (2-tailed)	,647	,142		,447	,012	,001
	N	30	30	30	30	30	30
W4.4	Pearson Correlation	,336	,167	,144	1	,120	,573**
	Sig. (2-tailed)	,070	,378	,447		,528	,001
	N	30	30	30	30	30	30
W5.5	Pearson Correlation	,000	,653**	,451*	,120	1	,735**
	Sig. (2-tailed)	1,000	,000	,012	,528		,000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,462*	,672**	,580**	,573**	,735**	1
	Sig. (2-tailed)	,010	,000	,001	,001	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,636	5

Sikap Konsumen Terhadap Minyak Goreng Kemasan (Y)

		Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	-,164	,051	,070	-,089	,404 [*]
	Sig. (2-tailed)		,387	,791	,714	,639	,027
	N	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	-,164	1	,114	,230	,247	,422 [*]
	Sig. (2-tailed)	,387		,547	,222	,188	,020
	N	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	,051	,114	1	,195	,192	,670 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,791	,547		,301	,309	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	,070	,230	,195	1	-,040	,615 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,714	,222	,301		,835	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	-,089	,247	,192	-,040	1	,416 [*]
	Sig. (2-tailed)	,639	,188	,309	,835		,022
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,404 [*]	,422 [*]	,670 ^{**}	,615 ^{**}	,416 [*]	1
	Sig. (2-tailed)	,027	,020	,000	,000	,022	
	N	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,682	5

LAMPIRAN 8. Hasil Uji Analisis Minyak Goreng Curah**Hasil Uji validitas dan Reabilitas****Harga Minyak Goreng Curah (X1)**

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	.X1.5	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	,016	,699**	,081	,459*	,741**
	Sig. (2-tailed)		,932	,000	,671	,011	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	,016	1	,098	,335	,299	,498**
	Sig. (2-tailed)	,932		,605	,070	,108	,005
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	,699**	,098	1	-,035	,435*	,629**
	Sig. (2-tailed)	,000	,605		,855	,016	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	,081	,335	-,035	1	,325	,540**
	Sig. (2-tailed)	,671	,070	,855		,079	,002
	N	30	30	30	30	30	30
H1.5	Pearson Correlation	,459*	,299	,435*	,325	1	,795**
	Sig. (2-tailed)	,011	,108	,016	,079		,000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,741**	,498**	,629**	,540**	,795**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,005	,000	,002	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,613	5

Kualitas Produk Minyak Goreng Curah (X2)

		Correlations					
		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	TOTAL
KP1	Pearson Correlation	1	-,026	-,322	,226	,050	,548**
	Sig. (2-tailed)		,878	,055	,184	,774	,001
	N	36	36	36	36	36	36
KP2	Pearson Correlation	-,026	1	,375*	,206	,288	,600**
	Sig. (2-tailed)	,878		,024	,228	,088	,000
	N	36	36	36	36	36	36
KP3	Pearson Correlation	-,322	,375*	1	,025	,351*	,393*
	Sig. (2-tailed)	,055	,024		,885	,036	,018
	N	36	36	36	36	36	36
KP4	Pearson Correlation	,226	,206	,025	1	-,015	,508**
	Sig. (2-tailed)	,184	,228	,885		,929	,002
	N	36	36	36	36	36	36
KP5	Pearson Correlation	,050	,288	,351*	-,015	1	,583**
	Sig. (2-tailed)	,774	,088	,036	,929		,000
	N	36	36	36	36	36	36
TOTAL	Pearson Correlation	,548**	,600**	,393*	,508**	,583**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,018	,002	,000	
	N	36	36	36	36	36	36

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,658	5

Kemasan Produk Minyak GorengCurah (X3)

		Correlations					
		K1	K2	K3	K4	K5	TOTAL
K1	Pearson Correlation	1	,213	-,052	,503**	,181	,643**
	Sig. (2-tailed)		,260	,784	,005	,337	,000
	N	30	30	30	30	30	30
K2	Pearson Correlation	,213	1	,081	,056	,398*	,491**
	Sig. (2-tailed)	,260		,669	,767	,029	,006
	N	30	30	30	30	30	30
K3	Pearson Correlation	-,052	,081	1	,000	,481**	,467**
	Sig. (2-tailed)	,784	,669		1,000	,007	,009
	N	30	30	30	30	30	30
K4	Pearson Correlation	,503**	,056	,000	1	,297	,671**
	Sig. (2-tailed)	,005	,767	1,000		,111	,000
	N	30	30	30	30	30	30
K5	Pearson Correlation	,181	,398*	,481**	,297	1	,761**
	Sig. (2-tailed)	,337	,029	,007	,111		,000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,643**	,491**	,467**	,671**	,761**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,006	,009	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,669	5

Ketersediaan Produk Minyak Goreng Curah (X4)

		Correlations					
		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	TOTAL
KP1	Pearson Correlation	1	-,134	-,012	-,022	-,012	,376*
	Sig. (2-tailed)		,480	,949	,909	,949	,040
	N	30	30	30	30	30	30
KP2	Pearson Correlation	-,134	1	-,111	,938**	-,111	,554**
	Sig. (2-tailed)	,480		,559	,000	,559	,001
	N	30	30	30	30	30	30
KP3	Pearson Correlation	-,012	-,111	1	-,057	1,000**	,608**
	Sig. (2-tailed)	,949	,559		,766	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
KP4	Pearson Correlation	-,022	,938**	-,057	1	-,057	,642**
	Sig. (2-tailed)	,909	,000	,766		,766	,000
	N	30	30	30	30	30	30
KP5	Pearson Correlation	-,012	-,111	1,000**	-,057	1	,608**
	Sig. (2-tailed)	,949	,559	,000	,766		,000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,376*	,554**	,608**	,642**	,608**	1
	Sig. (2-tailed)	,040	,001	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,965	5

Warna Minyak Goreng Curah (X5)

		Correlations					
		W1	W2	W3	W4	W5	TOTAL
W1	Pearson Correlation	1	,178	,541**	,894**	,178	,865**
	Sig. (2-tailed)		,347	,002	,000	,347	,000
	N	30	30	30	30	30	30
W2	Pearson Correlation	,178	1	-,053	,178	1,000**	,541**
	Sig. (2-tailed)	,347		,781	,347	,000	,002
	N	30	30	30	30	30	30
W3	Pearson Correlation	,541**	-,053	1	,447*	-,053	,638**
	Sig. (2-tailed)	,002	,781		,013	,781	,000
	N	30	30	30	30	30	30
W4	Pearson Correlation	,894**	,178	,447*	1	,178	,832**
	Sig. (2-tailed)	,000	,347	,013		,347	,000
	N	30	30	30	30	30	30
W5	Pearson Correlation	,178	1,000**	-,053	,178	1	,541**
	Sig. (2-tailed)	,347	,000	,781	,347		,002
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,865**	,541**	,638**	,832**	,541**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,000	,000	,002	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,723	5

Sikap Konsumen Terhadap Minyak Goreng Curah (X5)

		Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	,166	,194	,392*	-,170	,573**
	Sig. (2-tailed)		,381	,305	,032	,368	,001
	N	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	,166	1	,257	,148	,168	,604**
	Sig. (2-tailed)	,381		,171	,435	,376	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	,194	,257	1	,087	,247	,415*
	Sig. (2-tailed)	,305	,171		,646	,188	,023
	N	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	,392*	,148	,087	1	,265	,722**
	Sig. (2-tailed)	,032	,435	,646		,157	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	-,170	,168	,247	,265	1	,440*
	Sig. (2-tailed)	,368	,376	,188	,157		,015
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,573**	,604**	,415*	,722**	,440*	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,023	,000	,015	
	N	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,735	5

LAMPIRAN 9. Identitas Responden Minyak Goreng Kemasan

No	nama	umur	jenis kelami n	status perkawina n	pekerjaan	pendidikan	jumlah anggota keluarg a	jumlah tanggunga n	pendapatan/bulan
----	------	------	----------------------	--------------------------	-----------	------------	-----------------------------------	--------------------------	------------------



							a		
1	Ermida	41	P	menikah	Irt	Sma	3	3	5.000.000
2	Rini	29	P	Menikah belum nikah	Irt	Sma	2	2	5.000.000
3	Rosmaida	24	P	menikah belum nikah	pns	s1	3	0	5.000.000
4	Tuti	25	P	menikah	pns	s1	4	1	5.000.000
5	Sari	30	P	menikah	pns	S1	3	3	6.000.000
6	ati Cut	30	P	menikah	Irt	Sma	2	2	4.000.000
7	lailani	40	P	menikah	pengusaha	s1	3	3	10.000.000
8	Endang	38	P	menikah belum nikah	Irt	Sma	3	3	5.000.000
9	Fitriani	29	P	menikah	pengusaha	Sma	4	0	7.000.000
10	Ratna	38	P	menikah	Irt	Sma	3	3	5.000.000
11	Dila	40	P	menikah belum nikah	Irt	Sma	3	3	4.000.000
12	Nartik	30	P	menikah	pns	s1	5	0	5.000.000
13	Siti	28	P	menikah	Irt	Sma	2	2	4.000.000
14	Eva	41	P	Menikah	Irt	Sma	3	3	5.000.000
15	Mariani	34	P	menikah	Irt	Sma	2	2	4.000.000
16	Nurhayati	35	P	menikah	Irt	Sma	3	3	6.000.000
17	Mira	43	P	menikah	pedagang	Sma	3	3	7.000.000
18	Yanti	27	P	menikah	Irt	Sma	3	3	6.000.000
19	Alya	25	P	menikah	menjahit	Sma	3	3	5.000.000
20	Rubini	47	P	menikah	Irt	Sma	3	3	4.000.000
21	Erna	32	P	menikah	pedagang	Sma	4	4	7.000.000
22	Uli	28	P	menikah belum nikah	Irt	Sma	2	2	4.000.000
23	Dini	33	P	menikah	pengusaha	s1	4	0	7.000.000
24	Suwarni	31	P	menikah	pedagang	Sma	3	3	7.000.000
25	Yesi	49	P	menikah	pedagang	Sma	3	1	5.000.000
26	Tina	37	P	menikah	Irt	Sma	3	3	5.000.000
27	Nur	32	P	Menikah	Irt	s1	3	3	6.000.000
28	Marni atika	32	P	menikah	Irt	Sma	3	3	5.000.000
29	hesti	26	P	menikah	pns	s1	3	1	6.000.000
30	Tumini	31	P	menikah	Irt	Sma	3	3	5.000.000

LAMPIRAN 10. Identitas Responden Minyak Goreng Curah

No	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Status Perkawinan	Pekerjaan	Pendidikan	Jumlah Anggota Keluarga	Jumlah Tanggungan	Pendapatan/bulan
1	Nur	34	P	Menikah	Irt	Sma	3	3	3.000.000
2	Faradila	42	P	Menikah	Irt	Sma	4	2	3.000.000
3	Minah	37	P	Menikah	Irt	Sma	3	3	3.000.000
4	Sukarni	34	P	Menikah	Pedagang	Sma	4	3	4.000.000



5	Tina	37	P	Menikah	Irt	Sma	3	3	3.000.000
6	Rantina	26	P	Menikah	Pedagang	Sma	3	1	3.000.000
7	Maryani	32	P	Menikah	Irt	Sma	3	3	3.000.000
8	Atun	38	P	Menikah	Irt	Smp	3	3	3.000.000
9	Roma	45	P	Menikah	Irt	Sma	3	3	3.000.000
10	Wahyuni	42	P	Menikah	Irt	Sma	3	3	2.500.000
11	Wardani	26	P	Menikah	Buruh	Sma	3	3	3.000.000
12	Susi	29	P	Menikah	Irt	Sma	3	1	2.500.000
13	Fatimah	35	P	Menikah	Irt	Sma	3	3	3.000.000
14	Rini	37	P	Menikah	Buruh	Sma	3	3	2.000.000
15	Vivi	31	P	Menikah	Irt	Sma	3	3	3.000.000
16	Tumini	48	P	Menikah	Irt	Sma	3	3	3.000.000
17	Adi	42	P	Menikah	Pedagang	Sma	4	2	4.000.000
18	Sri	32	P	Menikah	Irt	Sma	3	3	2.500.000
19	Yusmiarti	51	P	Menikah	Menjahit	Smp	3	1	3.000.000
20	Hasanah	45	P	Menikah	Irt	Sma	3	1	3.000.000
21	Warsinem	48	P	Menikah	Irt	Sma	2	2	3.000.000
22	Mita	41	P	Menikah	Irt	Sma	3	3	2.500.000
23	Darwanti	45	P	Menikah	Irt	Sma	4	1	2.000.000
24	Ida	31	P	Menikah	Pedagang	Sma	3	3	2.500.000
25	Mariani	48	P	Menikah	Irt	Sma	3	3	3.000.000
26	Fitri	38	P	Menikah	Irt	Sma	3	3	2.500.000
27	Tika	27	P	Belum nikah	Buruh	Sma	4	0	2.000.000
28	Ningsih	41	P	Menikah	Irt	Sma	3	2	3.000.000
29	Wati	48	P	Menikah	Irt	Sma	3	2	3.000.000
30	Rahma	29	P	Menikah	Irt	Sma	2	2	2.000.000

LAMPIRAN 11. Tabulasi Kuisiener Minyak Goreng Kemasan (Pernyataan)

A. HARGA (X1)

Resp	PERNYATAAN KEPENTINGAN				
	H1	H2	H3	H4	H5
1	4	4	4	4	3
2	3	3	5	5	3
3	3	3	4	5	4
4	2	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4
6	3	3	4	3	3
7	3	2	5	5	4
8	4	4	4	5	3
9	4	3	5	5	3
10	3	3	4	4	3
11	2	4	5	5	5
12	3	3	4	4	3
13	3	5	5	4	4
14	4	4	4	4	3
15	4	4	5	4	4
16	5	5	4	4	4

17	4	2	4	4	4
18	4	4	4	5	4
19	5	4	5	5	3
Resp	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5
21 1	35	34	4	45	35
22 2	55	54	3	55	53
23 3	55	34	4	44	43
24	4	4	4	5	5
25	3	4	4	4	4
26	4	4	4	4	4
27	4	4	5	4	5
28	5	5	5	5	5
29	4	4	4	4	4
30	4	4	4	5	4
MIS	3,73	3,70	4,33	4,40	3,83

Resp	PERNYATAAN KEPUASAN				
	H1	H2	H3	H4	H5
1	4	4	3	4	4
2	3	4	3	3	3
3	3	3	4	3	4
4	3	3	5	4	4
5	4	5	3	4	5
6	4	3	3	3	4
7	3	4	5	4	3
8	3	5	4	3	4
9	4	3	4	5	3
10	3	3	4	4	5
11	4	3	3	5	4
12	3	3	3	3	3
13	4	4	4	4	4
14	5	4	4	3	3
15	4	4	3	5	4
16	4	5	5	3	4
17	3	4	3	5	4
18	5	4	4	3	3
19	3	3	5	5	4
20	3	3	4	4	2
21	3	5	3	5	4
22	5	3	5	2	4
23	4	4	2	3	3
24	3	3	5	5	5
25	3	2	4	4	3
26	3	5	3	5	4
27	2	4	4	5	2
28	4	5	3	5	4
29	4	3	4	5	3
30	4	3	4	5	4
MSS	3,57	3,70	3,77	4,03	3,67

	MIS	MSS	WF	WS
H1	3,73	3,57	3,60	12,85
H2	3,7	3,7	3,57	13,21
H3	4,33	3,77	4,18	15,76
H4	4,4	4,03	4,25	17,13
H5	4,83	3,67	4,66	17,10
	20,99			76,05

4	4	5	4	4	4
5	4	5	4	4	4
6	4	5	4	4	4
7	5	3	4	3	4
8	4	5	5	4	2
9	5	5	4	4	3
10	5	5	4	4	5
11	4	4	4	5	4
12	3	5	4	4	3
13	5	4	4	4	5
14	5	3	4	3	3
15	4	4	4	5	5
16	5	5	4	5	4
17	5	5	4	4	4
18	5	5	5	4	4
19	5	4	5	5	5
20	4	3	4	4	5
21	5	5	4	4	5
22	5	4	4	4	4
23	4	5	4	4	4
24	4	3	4	5	5
25	5	5	4	5	5
26	4	4	5	4	4
27	4	4	4	4	5
28	4	5	4	4	3
29	5	5	5	4	5
30	5	4	5	4	4
MIS	4,53	4,37	4,2	4,2	4,1

B. KUALITAS (X2)

	PERNYATAAN KEPUASAN				
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5
Resp	4	4	5	4	5
1	5	4	4	4	3
2	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4
4	3	3	3	5	3
5	4	5	3	3	4
6	4	4	3	3	3
7	4	5	3	3	3
8	3	4	2	4	3
9	4	3	4	3	4
10	3	3	5	3	3
11	3	2	5	3	3
12	3	3	3	3	3
13	3	3	4	4	4
14	4	5	2	2	3
15	3	3	4	3	5
16	4	3	3	3	4
17	4	3	3	3	3
18	3	4	2	3	3
19	3	3	3	5	3
20	3	2	4	3	4
21	3	3	3	4	4
22	4	3	4	4	4
23	3	3	2	3	4
24	3	3	3	3	3
25	4	3	3	4	3
26	4	3	3	4	3
27	3	4	4	3	3
28	3	3	3	3	3
29	4	3	3	4	3
30	3	3	3	3	4
MSS	3,48	3,35	3,32	3,45	3,48

	MIS	MSS	WF	WS
KP1	4,53	3,48	4,37	15,21
KP2	4,37	3,35	4,22	14,14
KP3	4,2	3,32	4,05	13,45
KP4	4,2	3,45	4,05	13,97

KP5	4,1	3,48	3,96	13,78
	21,4			70,54

C. KEMASAN (X3)

Resp	PERNYAATAAN KEPENTINGAN				
	K1	K2	K3	K4	K5
1	5	5	4	5	5
2	4	4	5	4	5
3	4	4	5	4	3
4	4	3	4	3	3
5	4	3	4	4	3
6	3	3	4	4	4
7	3	4	4	4	4
8	4	5	4	4	4
9	2	4	5	4	4
10	2	4	4	4	3
11	4	4	4	5	3
12	3	4	4	4	3
13	5	4	4	5	5
14	4	4	4	5	5
15	4	4	4	5	4
16	4	5	4	4	5
17	3	2	5	4	5
18	5	5	4	4	4
19	4	4	4	4	4
20	4	4	2	4	2
21	3	4	4	4	3
22	3	4	4	4	3
23	4	5	5	4	4
24	4	5	3	4	5
25	2	5	3	4	3
26	4	4	4	4	3
27	4	4	5	4	5
28	5	5	5	4	5
29	3	4	4	4	4
30	4	4	5	5	4
MIS	3,7	4,1	4,13	4,17	3,9

Resp	PERNYAATAAN KEPUASAN				
	K1	K2	K3	K4	K5
1	4	5	5	5	5
2	4	4	4	4	4
3	4	5	3	5	4
4	4	3	3	4	3
5	3	3	4	5	4
6	5	4	4	5	3
7	4	4	4	5	3
8	4	4	5	3	4
9	3	3	4	3	4
10	4	3	4	3	4
11	4	3	3	3	3
12	4	4	3	4	3
13	3	4	2	5	4
14	3	4	4	3	3
15	4	3	3	3	3
16	3	4	3	2	2
17	3	3	3	3	4
18	4	3	3	4	3
19	4	4	2	4	3
20	2	2	4	5	3
21	3	4	3	2	3
22	4	3	3	3	4
23	3	3	3	4	3
24	3	3	3	3	3
25	3	4	4	3	2
26	4	3	3	3	3
27	3	3	4	3	3
28	4	4	4	2	4
29	3	4	3	3	3
30	4	3	3	3	2
MSS	3,55	3,52	3,45	3,58	3,35

	MIS	MSS	WF	WS
--	-----	-----	----	----

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

K1	3,7	3,55	3,57	12,67
K2	4,1	3,52	3,96	13,94
K3	4,13	3,45	3,98	13,73
K4	4,17	3,58	4,02	14,39
K5	3,9	3,35	3,76	12,60
	20			67,33

D. KETERSEDIAAN (X4)

Resp	PERNYATAAN KEPENTINGAN				
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5
1	4	5	4	5	4
2	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	4
6	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4
9	2	4	5	4	5
10	2	5	4	4	5
11	4	5	4	5	5
12	4	5	4	5	5
13	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4
16	4	5	4	5	4
17	3	4	4	3	4
18	4	5	5	4	4
19	4	4	5	5	4
20	4	5	5	4	4
21	4	4	4	4	4
22	4	5	4	5	4
23	4	4	5	5	4
24	4	5	5	4	5
25	4	5	4	5	5
26	4	4	4	4	4
27	4	4	4	4	4
28	5	4	5	4	4
29	4	5	5	5	4
30	4	4	5	5	4
MSS	3,90	4,37	4,30	4,33	4,20

Resp	PERNYATAAN KEPUASAN				
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5
1	5	4	4	3	4
2	4	3	3	4	3
3	4	4	3	3	3
4	4	3	4	4	3
5	4	3	3	5	3
6	3	4	4	3	4
7	3	4	3	4	3
8	3	3	3	3	3
9	4	4	3	4	3
10	3	5	3	4	4
11	5	3	4	3	3
12	4	4	4	4	3
13	3	4	2	2	3
14	4	3	3	3	4
15	3	3	2	3	2
16	3	2	3	3	3
17	4	3	4	2	4
18	3	2	3	4	3
19	3	3	4	3	4
20	3	4	2	2	3
21	4	3	5	2	3
22	5	3	3	4	4
23	5	5	3	3	3
24	5	3	3	3	3
25	3	3	4	3	4
26	5	4	5	2	2
27	3	4	4	4	3
28	4	5	4	3	5
29	3	5	3	3	3
30	4	4	3	3	3
MSI	3,77	3,57	3,37	3,20	3,27

	MIS	MSS	WF	WS
KP1	3,9	3,77	3,76	14,18

KP2	4,37	3,57	4,22	15,07
KP3	4,3	3,37	4,15	13,99
KP4	4,33	3,2	4,18	13,38
KP5	4,2	3,27	4,05	13,24
	21,1			69,85

E. WARNA (X5)

Resp	PERNYATAAN KEPENTINGAN				
	W1	W2	W3	W4	W5
1	4	5	5	5	4
2	4	4	4	4	4
3	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	4
6	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4
9	2	4	5	4	4
10	2	4	4	4	4
11	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4
13	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4
16	4	5	4	4	5
17	3	4	3	3	4
18	4	5	4	4	5
19	4	4	4	4	4
20	4	4	3	4	3
21	4	4	4	3	3
22	4	4	4	3	3
23	4	4	5	3	5
24	4	3	3	4	3
25	4	5	4	4	5
26	4	4	4	4	4
27	4	3	4	4	3
28	5	4	4	5	4
29	4	4	4	4	4
30	4	5	5	4	5
MIS	3,90	4,10	4,07	3,97	4,00

Resp	PERNYATAAN KEPUASAN				
	W1	W2	W3	W4	W5
1	4	3	3	3	4
2	4	5	5	4	3
3	4	5	4	3	3
4	3	2	2	3	3
5	2	5	3	3	2
6	5	3	3	2	4
7	3	5	3	3	3
8	4	2	5	2	5
9	3	4	3	3	3
10	3	3	3	5	4
11	4	4	5	3	4
12	3	4	3	3	3
13	3	3	3	3	3
14	4	2	5	4	4
15	3	3	2	2	3
16	4	3	3	3	2
17	2	3	5	4	5
18	4	3	3	3	3
19	3	2	3	4	2
20	3	3	3	3	2
21	3	3	3	3	3
22	4	3	3	2	3
23	4	3	2	5	2
24	3	4	3	2	3
25	4	3	2	3	3
26	2	3	3	2	2
27	3	3	3	3	3
28	4	3	3	3	3
29	3	3	4	5	4
30	3	2	3	4	3
MSS	3,37	3,23	3,27	3,17	3,13

	MIS	MSS	WF	WS
W1	3,9	3,37	3,76	12,67
W2	4,1	3,23	3,96	12,79
W3	4,07	3,27	3,93	12,85
W4	3,97	3,17	3,83	12,14
W5	4	3,13	3,86	12,08
	20,04			62,54

LAMPIRAN 12. Tabulasi Kuisisioner Minyak Goreng Curah (Pernyataan)

A. HARGA (X1)

Resp	PERNYATAAN KEPENTINGAN				
	H1	H2	H3	H4	H5
1	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4
3	4	5	4	5	4
4	4	5	4	5	4
5	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4
7	4	5	4	5	4
8	5	4	4	4	5
9	4	5	4	4	5
10	4	4	4	4	4
11	2	4	3	4	3
12	2	4	3	4	3
13	5	5	4	3	3
14	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	4
17	4	4	4	4	4
18	2	4	4	3	3
19	4	4	4	4	4
20	4	4	4	3	4
21	4	4	4	4	4
22	5	3	4	4	3
23	4	4	4	4	4
24	4	4	4	3	4
25	4	4	4	4	4
26	5	4	4	4	5
27	4	4	4	3	3
28	5	4	4	4	4
29	4	5	4	4	5
30	4	4	4	4	4
MIS	3,97	4,17	3,93	3,93	3,93

Resp	PERNYATAANKEPUASAN				
	H1	H2	H3	H4	H5
1	3	3	3	3	4
2	2	4	4	4	4
3	2	3	3	3	4
4	2	4	3	3	3
5	3	3	3	3	3
6	2	4	3	3	3
7	2	3	3	4	4
8	3	3	3	3	3
9	2	3	3	5	4
10	3	4	4	3	3
11	3	2	3	3	3
12	3	3	4	3	3
13	2	3	3	4	4
14	2	2	3	5	3
15	2	3	3	3	3
16	3	4	2	3	3
17	2	3	2	3	3
18	3	3	3	3	3
19	3	2	3	3	2
20	3	3	2	3	3
21	2	3	4	3	3
22	3	3	3	2	3
23	1	2	2	3	2
24	2	3	3	3	2
25	1	3	3	3	2
26	2	3	3	1	3
27	1	3	3	2	3
28	2	3	3	3	3
29	2	2	3	3	3
30	3	3	3	3	3
MSS	2,30	3,00	3,00	3,10	3,07

Resp	PERNYATAAN KEPENTINGAN				
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5
1	2	3	4	4	4
2	4	4	5	4	5
3	4	4	4	4	4
4	3	4	5	4	5
5	4	3	4	4	4
6	2	4	4	4	4
7	4	4	4	5	3
8	2	4	5	4	4
9	4	3	4	4	4
10	4	4	4	4	4
11	3	4	5	4	4
12	2	4	4	4	4
13	5	4	4	5	5
14	4	4	4	4	4
15	4	3	4	4	4
16	4	4	4	4	4
17	4	4	4	4	4
18	2	3	4	4	4
19	4	4	4	4	4
20	4	4	4	3	5
21	4	4	4	4	4
22	5	3	3	4	4
23	4	4	4	4	4
24	4	4	5	4	5
25	4	4	4	4	4
26	4	4	5	5	4
27	4	4	4	5	5
28	3	4	5	4	5
29	4	3	4	4	4
30	4	3	4	4	4

B. KUALITAS (X2)

	MIS	MSS	WF	WS
KP1	3,63	1,1	3,56	3,91
KP2	3,73	1,1	3,66	4,02
KP3	4,2	2,2	4,12	9,06
H1	3,97	4,1	1,1	4,02
H2	4,7	4,2	1,1	4,12
H3	3,93	19,86	3,86	11,58
H4	3,93	3,1	3,86	11,96
H5	3,93	3,07	3,86	11,85
	19,93			56,63

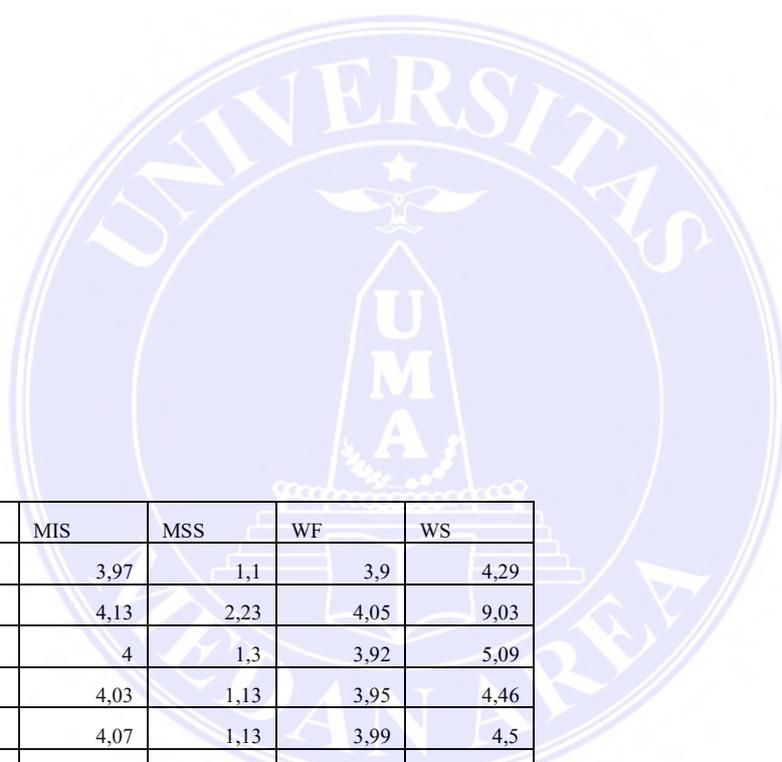
MIS	3,63	3,73	4,20	4,10	4,20
-----	------	------	------	------	------

C. KEMASAN (X3)

PERNYATAAN KEPENTINGAN					
Resp	K1	K2	K3	K4	K5
1	5	4	2	5	2
2	5	4	5	5	5
3	4	5	4	4	5
4	5	5	4	5	5
5	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	5
7	4	5	5	5	4
8	4	5	5	4	4
9	3	5	3	3	4
10	2	4	5	2	5
11	5	4	4	5	5
12	5	4	3	5	4
13	5	3	4	5	4
14	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4
16	3	4	5	4	4
17	4	4	4	4	4
18	4	4	4	2	2
19	2	4	4	5	5
20	3	4	4	3	3
21	3	3	4	2	3
22	3	3	4	5	3
23	5	5	4	4	5
24	5	4	5	4	5
25	4	4	4	4	4
26	5	5	4	4	5
27	4	4	4	5	4
28	3	4	2	3	3
29	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4
MIS	3,97	4,13	4,00	4,03	4,07

PERNYATAAN KEPUASAN						
Resp	K1	K2	K3	K4	K5	
1	2	2	3	2	1	
2	1	3	1	2	2	
3	1	2	2	2	1	
4	1	2	4	1	2	
5	1	3	3	2	1	
6	1	2	3	1	1	
7	1	3	2	1	2	
8	1	2	2	2	1	
9	1	3	3	2	1	
10	1	2	2	1	1	
11	1	2	3	1	1	
12	1	2	2	1	1	
13	1	2	1	1	1	
14	1	2	1	1	1	
15	1	1	3	1	1	
16	1	3	3	1	1	
17	2	2	3	1	1	
18	1	2	1	1	1	
19	1	3	1	1	1	
20	1	3	2	2	1	
21	1	2	2	1	1	
22	1	3	1	2	1	
23	1	3	2	1	1	
24	1	2	2	1	1	
25	1	2	2	1	1	
26	1	1	1	1	1	
27	1	2	2	1	1	
28	1	2	1	1	1	
29	1	1	2	1	1	
30	1	3	3	1	1	
MSS	1,10	1,10	2,20	1,10	1,10	1,10
	30	1	1	2	1	1
MSS	1,10	2,23	1,30	1,13	1,13	

Resp	PERNYATAAN KEPENTINGAN				
	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5
1	4	5	4	5	4
2	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4



	MIS	MSS	WF	WS
K1	3,97	1,1	3,9	4,29
K2	4,13	2,23	4,05	9,03
K3	4	1,3	3,92	5,09
K4	4,03	1,13	3,95	4,46
K5	4,07	1,13	3,99	4,5
	20,2			27,37

D. KETERSEDIAAN (X4)

	MIS	MSS	WF	WS
KP1	3,9	3,5	3,83	13,4
KP2	4,3	3,33	4,22	14,05
KP3	4,3	3	4,22	13,92
KP4	4,27	3,03	4,19	12,69
KP5	4,3	3	4,22	12,66
	21,07			66,72

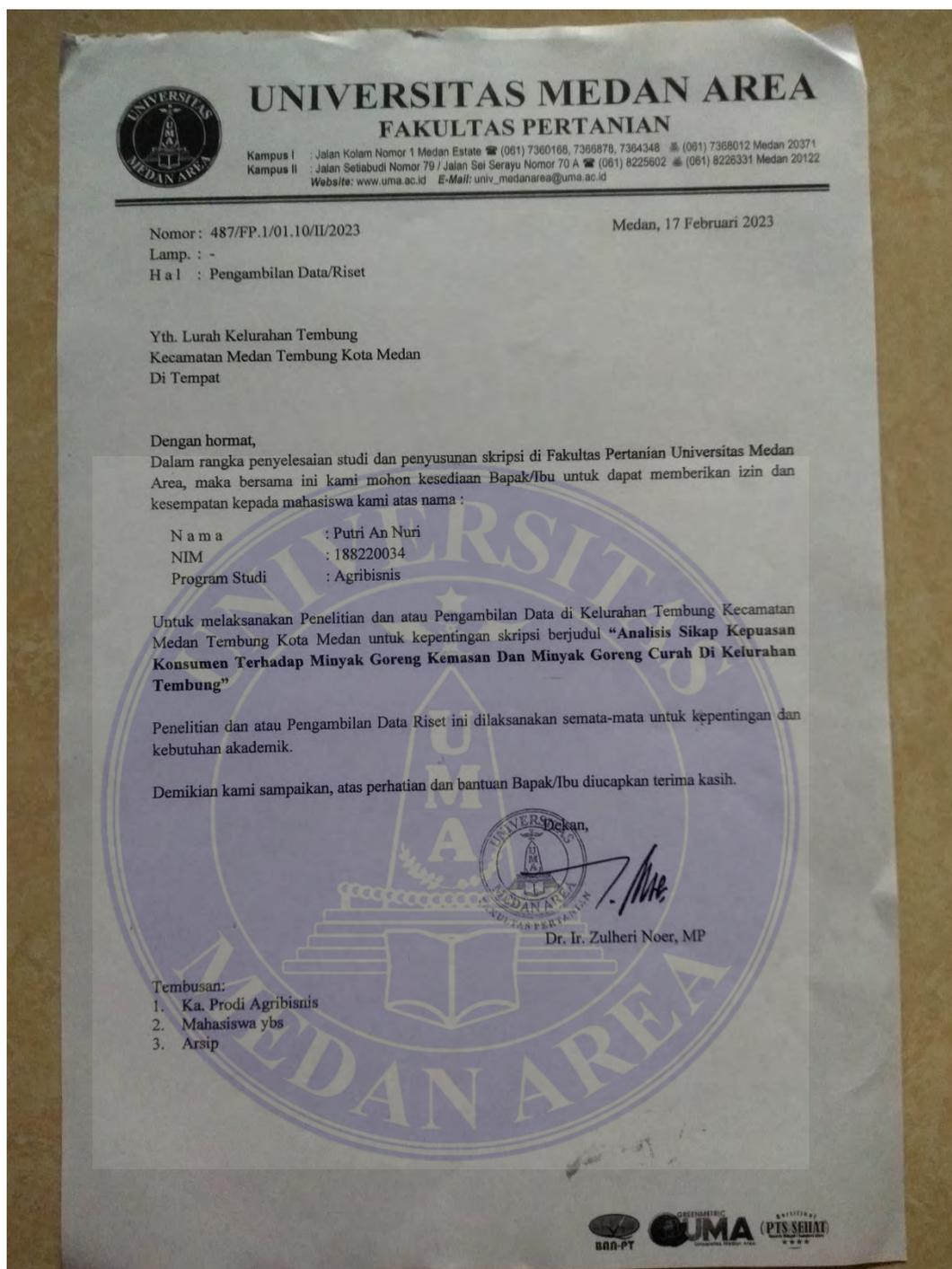
5	5	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4
9	2	4	5	4	5
10	2	5	4	5	4
11	4	5	4	5	4
12	4	5	4	5	4
13	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4
16	4	5	4	5	4
17	3	4	4	3	4
18	4	4	5	4	5
19	4	5	5	5	5
20	4	4	5	4	5
21	4	5	4	5	4
22	4	4	4	4	4
23	4	5	5	5	5
24	4	4	5	4	5
25	4	5	4	5	4
26	4	4	4	4	4
27	4	4	4	4	4
28	5	4	5	4	5
29	4	4	5	4	5
30	4	4	5	4	5
MIS	3,90	4,30	4,30	4,27	4,30

Resp	PERNYATAAN KEPUASAN				
	W1	W2	W3	W4	W5
1	4	5	2	3	4
2	3	4	1	4	3
3	5	1	5	3	3
4	4	1	4	3	4
5	3	1	4	1	2
6	2	1	4	1	3
7	3	2	1	4	3
8	4	1	3	1	2
9	4	2	3	2	4
10	2	4	1	3	1
11	3	3	2	3	4
12	4	4	3	4	3
13	4	3	3	3	2
14	3	3	3	3	3
15	3	3	3	4	3
16	3	4	3	3	4
17	4	4	3	3	4
18	3	3	3	3	3
19	3	3	3	3	3
20	3	3	2	3	3
21	3	3	3	3	2
22	3	3	2	3	2
23	4	3	3	3	2
24	4	3	3	3	3
25	3	3	3	3	3
26	3	3	2	3	2
27	3	4	3	2	3
28	3	3	3	3	3
29	3	3	3	3	3
30	3	3	3	3	3
MSS	3,50	3,33	3,00	3,03	3,00

E. WARNA (X5)

Resp	W1	PEKNYATAAN KEPENTINGAN					MSS	WF	WS	10	3	1	1	1	1
		W2	W3	W4	W5	MIS									
1	5	4	5	4,2	5	1,13	4	4,05	11	4	1	1	1	1	2
2	5	4	4	4,07	5	1,1	4	3,99	12	2	1	1	1	1	1
3	4	4	4	4,13	4	1,1	4	4,05	13	3	2	1	1	1	2
4	4	4	4	4,2	4	1,2	4	4,12	14	2	1	2	1	1	1
5	4	5	4	20,73	4	5	5	4,12	15	2	1	1	1	1	1
6	4	4	4	4	4	4	4	4,12	16	2	1	1	1	1	1
7	4	4	5	4	4	4	4	4,12	17	2	1	1	1	1	1
8	5	4	5	4	4	4	4	4,12	18	1	1	1	1	1	1
9	4	4	4	4	5	4	4	4,12	19	2	1	1	1	1	1
10	4	4	4	4	4	4	4	4,12	20	2	1	1	1	1	1
11	4	4	4	4	4	4	4	4,12	21	2	1	1	1	1	1
12	5	4	5	5	5	5	5	4,12	22	2	1	1	1	1	1
13	5	5	5	5	5	5	5	4,12	23	1	1	2	2	1	1
14	4	5	4	4	4	5	5	4,12	24	1	1	1	1	1	1
15	4	4	4	4	4	4	4	4,12	25	2	1	1	1	1	1
16	5	4	5	5	5	4	4	4,12	26	1	1	1	1	1	1
17	3	4	3	3	3	4	4	4,12	27	2	1	1	1	1	1
18	4	4	4	4	4	4	4	4,12	28	2	1	1	1	1	1
19	4	4	4	4	4	4	4	4,12	29	1	1	1	1	1	1
20	3	4	4	3	3	4	4	4,12	30	2	1	1	1	1	1
21	5	5	4	5	5	5	5	4,12	MSS	2,33	1,13	1,10	1,10	1,20	
22	4	4	4	4	4	4	4	4,12							
23	4	5	3	4	5	5	5	4,12							
24	4	4	4	4	4	4	4	4,12							
25	3	4	4	3	4	4	4	4,12							
26	4	4	4	4	4	4	4	4,12							
27	4	4	4	4	4	4	4	4,12							
28	4	4	2	4	4	4	4	4,12							
29	4	5	4	4	5	5	5	4,12							
30	4	4	4	4	4	4	4	4,12							
MIS	4,13	4,20	4,07	4,13	4,20										

LAMPIRAN 13. Surat Pengantar Riset/ Penelitian



LAMPIRAN 14. Surat Selesai Pengambilan data riset

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 1/7/24

Access From (repository.uma.ac.id)1/7/24



LAMPIRAN 15. Dokumentasi Konsumen yang Berbelanja di Kelurahan Tembung

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area



Gambar 1. Konsumen yang berbelanja minyak goreng kemasan



Gambar 2. Konsumen 2 yang berbelanja minyak goreng kemasan



Gambar 3. Konsumen 1 yang berbelanja minyak goreng curah



Gambar 4. Konsumen 2 yang berbelanja minyak goreng curah

