

RINGKASAN

Minyak goreng merupakan salah satu bahan pokok yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia, terutama untuk kebutuhan rumah tangga. Banyaknya produk minyak goreng yang beredar di pasaran membuat persaingan antar produsen minyak goreng di pasar menjadi ketat, sehingga produsen harus mengetahui preferensi konsumen dalam memilih minyak goreng kemasan. Tujuan penelitian ini adalah (1) mengetahui atribut-atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian minyak goreng kemasan, (2) mengetahui peringkat kepentingan atribut pembelian minyak goreng kemasan menurut konsumen, (3) Mengetahui preferensi konsumen terhadap atribut minyak goreng kemasan di Kota Cirebon.

Penelitian ini dilaksanakan di supermarket Carrefour, Giant Extra, Ramayana, Superindo, dan Surya Toserba pada bulan Agustus hingga September 2016. Metode penelitian yang digunakan adalah *survey* dengan pengambilan sampel menggunakan metode *Accidental Sampling* (sampling kebetulan). Jumlah sampel 100 responden. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Cochran Q Test* dan analisis *conjoint*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian minyak goreng kemasan yaitu, atribut harga, atribut kemasan, atribut volume, atribut kepuasan, (2) Bagi konsumen, peringkat kepentingan atribut secara berturut-turut adalah kepuasan, harga, kemasan, volume (3) Preferensi konsumen terhadap atribut minyak goreng kemasan di Kota Cirebon yaitu konsumen merasa sangat puas dalam membeli minyak goreng kemasan dengan harga yaitu Rp25.000,00 sampai dengan Rp35.000,00 dalam sekali transaksi pembelian minyak goreng kemasan dengan kemasan botol plastik sedang, dengan volume 2 liter sampai 3 liter.

SUMMARY

Cooking oil is one of the principal ingredients that are needed by the people of Indonesia, especially for household needs. The amount of cooking oil products on the market make the competition among oil producers in the market becomes tight, so that manufacturers have to know the preferences of consumers to choose bottled cooking oil. The purpose of this study were (1) to know the attributes that consumers consider the purchase decision-making bottled cooking oil, (2) to rank attributes important purchase bottled cooking oil according to the consumer, (3) Determine consumer preferences for attributes of bottled cooking oil in Cirebon.

The research was conducted at the supermarket Carrefour, Giant Extra, Ramayana, Superindo, and Surya Department Store in August and September 2016. The research method used was survey by sampling using accidental sampling method (sampling incidentally). The total sample of 100 respondents. The analysis used in this research is the analysis of the Cochran Q test and conjoint analysis.

The results showed that (1) the attributes that consumers consider the purchase decision making bottled cooking oil, namely, the price attributes, attributes packaging, attributes volume, satisfaction attributes, (2) For consumers, rating attributes important in a row is satisfaction, pricing, packaging, volume (3) consumer preference towards packaged cooking oil attributes in Cirebon that consumers feel very satisfied in purchasing bottled cooking oil at a price that is Rp25.000,00 until Rp35.000,00 on a deal for the purchase of bottled cooking oil with packaging plastic bottles being, with a volume of 2 liters to 3 liters.