

**PENGARUH HARGA DAN MEREK SEBAGAI PEMBANDING
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ANTARA MINYAK
GORENG KEMASAN ATAU CURAH DITENGAH TINGGINYA
HARGA MINYAK GORENG DI KUALA TUNGKAL**

Ahmad Luthfi¹ Melisa Ayu Wandira²

**¹Dosen ²Mahasiswa Program Studi Ekonomi
Syariah**

**Sekolah Tinggi Agama Islam An-Nadwah Kuala
Tungkal Kabupaten Tanjung Jabung Barat
Provinsi Jambi**

Email: ¹ahmadluthfi2512

²melisayuandira81@gmail.com

Abstrak

Minyak goreng ialah satu dari berbagai bentuk produk turunan berbahan minyak dari nabati dan begitu diperlukann dalam keseharian. Baru-baru ini terjadi lonjakan harga minyak yang gila-gilaan di Indonesia. Tepatnya dimulai pada awal Januari 2022. Saat diberlakukan harga HET minyak menjadi langka. Namun saat harga kembali naik jumlah minyak beredar menjadi melimpah. Oleh karena itu peneliti menarik sebuah judul “Pengaruh Harga Dan Merek Sebagai Pembanding Terhadap Keputusan Pembelian Antara Minyak Goreng Kemasan Atau Curah Ditengah Tingginya Harga Minyak Goreng Di Kuala Tungkal” untuk mengamati perilaku masyarakat dalam memutuskan memilih minyak kemasan atau curah disaat nilai minyak sedang tinggi. Metode yang dipergunakan di penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Jenis dari data yang dipergunakan meliputi penelitian sekali ini yaitu data primer dan sekunder. Sumber dari data primer didapatkan melalui menyebarkan angket online kepada masyarakat umum untuk kemudian jawaban responden diolah menggunakan aplikasi statistik PLS-SEM. Sedangkan data sekunder berdasar kepada jurnal-jurnal terdahulu. Menurut penelitian yang dilaksanakan disimpulkan dengan indikator harga minyak goreng curah mempunyai hubungan kepada keputusan pembelian, Indikator harga minyak goreng kemasan berpengaruh untuk keputusan pembelian, kemudian indikator merek minyak goreng curah tidak terindikasi berhubungan terhadap keputusan pembelian, serta indikator merek minyak goreng kemasan tidak terindikasi punya hubungan pada keputusan pembelian.

Keywords: Minyak Goreng Curah, Minyak Goreng Kemasan, Keputusan Pembelian

Pengaruh Harga Dan Merek Sebagai Pembanding Terhadap Keputusan Pembelian Antara Minyak Goreng Kemasan Atau Curah Ditengah Tingginya Harga Minyak Goreng Di Kuala Tungkal

PENDAHULUAN

Minyak goreng ialah satu dari berbagai bentuk hasil turunan berbahan minyak dari nabati dan begitu diperlukan dalam keseharian. Dari 9 bahan makan pokok yang dikonsumsi 90% rakyat di Indonesia.¹ Minyak yang langka dapat menyebabkan dampak politis dan ekonomis bagi perekonomian nasional.²

Haryanti (2014), mengemukakan tentang minyak goreng yang menyebar pada pasaran tergolong pada dua jenis yaitu minyak goreng kemasan dan minyak goreng curah. Minyak curah merupakan minyak goreng tidak bermerek dan umumnya diperdagangkan menggunakan satuan kg. Selain itu minyak kemasan ialah minyak goreng yang biasanya terdapat merek dan umumnya berbentuk refill, botol plastik atau juga jerigen. Minyak kemasan biasanya punya warna yang jernih dan tidak menjadi beku diletakkan di suhu kamar.³

Baru-baru ini terjadi lonjakan harga minyak yang gila-gilaan di Indonesia. Tepatnya pada Januari awal 2022 terjadi kenaikan nilai minyak goreng pada kurang lebih Rp 19.000,- sampai dengan Rp 24.000,-/liter mengikuti bentuk kemasan yang digunakan.⁴ Hal tersebut didasari oleh langkanya minyak dipasaran. Hal ini yang kemudian menjadi alasan munculnya masalah lain diantaranya *panic buying* dan membuat harga minyak menjadi semakin tidak terkendali.

Pemerintah telah berupaya mengatasi permasalahan ini, kebijakan awal yang dilakukan pemerintah ialah dengan menerbitkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 11 Tahun 2022 tentang Penetapan Harga Eceran Tertinggi (HET) minyak goreng. Peraturan tersebut menyebutkan bahwa HET minyak ditentukan senilai Rp

¹ Yeni Kusumawaty, Susy Edwina, and Nurny Sofwah Sifqiani, "Sikap Dan Perilaku Konsumen Minyak Goreng Curah Dan Kemasan Di Kota Pekanbaru," *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis* 3, no. 2 (2019): 111–122.

² R. S. Qorima, E.P Fembriati, and R Adawiyah, "Tingkat Kepuasan Dan Loyalitas Ibu Rumah Tangga Dalam Mengonsumsi Minyak Goreng Kemasan Di Kota Bandar Lampung" 2, no. 3 (2014): 285.

³ R Haryanti et al., "Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Warna Minyak Goreng Di Salatiga" (2014): 257–266.

⁴ Rochani Nani Rahayu, "Kenaikan Harga Minyak Goreng Kelapa Sawit Di Indonesia Sebuah Analisis Berita Kompas On Line," *Intelektiva* 3, no. 8 (2022): 26–37.

Pengaruh Harga Dan Merek Sebagai Pembanding Terhadap Keputusan Pembelian Antara Minyak Goreng Kemasan Atau Curah Ditengah Tingginya Harga Minyak Goreng Di Kuala Tungkal

14.000,-/liter atau disebut Rp 15.500/kg.⁵ Akan tetapi, pendapat Dewan Pimpinan Pusat Ikatan Pedagang Pasar Indonesia, stabilisasi harga Rp 14.000,- oleh pemerintah tetap gagal dikarenakan harga edaran di pasaran masih berapa pada Rp 20.000,- per-liter.⁶

Dikutip dari pemkomedan.go.id alasan minyak goreng langka saat diberlakukan satu harga yaitu Rp 14.000,- per-liter ialah karena aturannya dibuat secara tiba-tiba, belum sistematis dan terstruktur. Saat diletakkan harga HET, produksi dari masa HET belum tersedia, stok yang tersedia masih produksi lama

sehingga produsen memilih untuk tidak menjual karena mengalami kerugian dibanding biaya produksi.

Masa saat HET minyak goreng dicabut pemerintah lalu kembali pada harga pasar, minyak goreng mulai kembali muncul dan menjadi tidak lagi langka, bahkan jumlahnya melimpah di pasar namun beredar dengan harga mahal. Kini rata-rata minyak goreng model kemasan ditemukan seharga Rp 25.000,- per- kilogram.⁷ Tidak terkecuali di Kuala Tungkal. Menurut Tribun Jambi.com harga minyak goreng kemasan di ritel-ritel seperti Indomaret Rp 47.300 per- 2L.⁸

Berdasarkan uraian tersebut maka tertariklah peneliti untuk mengamati dan menguji suatu peristiwa yang kemudian menarik sebuah judul menjadi “Pengaruh Harga Dan Merek Sebagai Pembanding Terhadap Keputusan Pembelian Antara Minyak Goreng Kemasan Atau Curah Ditengah Tingginya Harga Minyak Goreng Di Kuala Tungkal”

Rumusan Masalah:

1. Apakah harga minyak curah berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah tidak adanya merek minyak goreng curah berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah harga minyak goreng kemasan berpengaruh terhadap

⁵ Ibid.

⁶ Ombudsman, “Ini Penyebab Minyak Goreng Langka,” *Kompas.Com*.

⁷ Admin, “Tidak Langka Minyak Goreng, Hanya Harganya Mahal,” *Pemerintah Kota Medan*. Dipublish 11 Mei 2022. Diakses pada 19 Juni 2022.

⁸ Heri Prihartono, “Daftar Harga Minyak Goreng Selasa 7 Juni 2022 Di Alfamart Dan Indomaret,” *Tribun Janbi.Com*. diakses pada: 18 Juni 2022

Pengaruh Harga Dan Merek Sebagai Pembanding Terhadap Keputusan Pembelian Antara Minyak Goreng Kemasan Atau Curah Ditengah Tingginya Harga Minyak Goreng Di Kuala Tungkal

- keputusan pembelian minyak goreng?
4. Apakah merek minyak goreng curah berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

KAJIAN TEORI

Harga ialah seberapa banyak bayaran yang harus dikeluarkan konsumen untuk membeli kebutuhannya. Harga minyak goreng bermacam-macam, para konsumen biasanya memilih untuk membeli sesuatu yang memiliki harga lebih rendah.

Konsumen ketika melakukan pembelian seringkali memperhatikan faktor harga untuk kemudian disesuaikan dengan kemampuan membeli.⁹ Tingginya

tingkat persaingan antara beragam perusahaan menjadikan pelanggan menjadi kian sensitif terhadap harga, misalnya ketika harga dinaikkan maka pilihan pembelian cenderung berpindah ke merek lain atau model lain.¹⁰ Hal ini menjadi bukti bahwa harga menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian.

Berdasarkan penelitian Nadila, al-asr, dan junaidi: 2021, harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian minyak goreng curah. Minyak goreng curah termasuk memiliki harga yang lebih ekonomis dan lebih rendah, menyebabkan dapat dijangkau dan diterima dari macam-macam golongan masyarakat¹¹ Maka:

HI : Harga minyak goreng curah berpengaruh terhadap keputusan pembelian minyak goreng.

Nadila, al-asr, dan junaidi: 2021 juga mengemukakan variabel harga terdapat hubungan positif pada keputusan minat pembelian minyak goreng kemasan¹²

⁹ J Akhmad, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Warung Lesehan Di Jalan Protokol Yogyakarta," *Jurnal STIE Widya Wihaha Kajian Bisnis* NO. 7 (1996): 14–28.

¹⁰ Tedjakusuma et al., "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Air Minum Mineral Di Kotamadya Surabaya," *Jurnal Penelitian Dinamika Sosial* 2 (2001): 48–58.

¹¹ Nadilla, Al- Asri Abubakar, and Junaidi, "Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Minyak Goreng Kemasan Dan Curah Di Pasar Beureunuen Kecamatan Mutiara," *Jurnal Agroristek* 4, no. 2 (2021): 62–69.

¹² Ibid.

Pengaruh Harga Dan Merek Sebagai Pembanding Terhadap Keputusan Pembelian Antara Minyak Goreng Kemasan Atau Curah Ditengh Tingginya Harga Minyak Goreng Di Kuala Tungkal

H2 : Harga minyak goreng kemasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian minyak goreng.

Merek minyak goreng berdampak pula kepada kualitas minyak tersebut. Menurut penelitian oleh Nadila, al-asr, dan junaidi: 2021, variabel kualitas mempunyai keterkaitan untuk keputusan pembelian minyak goreng curah. Hal itu disebabkan konsumen memilih untuk tidak akan membeli produk dengan kualitas minyak goreng curah tidak baik seperti warna minyak jadi keruh.¹³ Maka:

H3 : Merek minyak goreng curah berpengaruh terhadap keputusan pembelian minyak goreng.

Salah satu faktor yang menjadi faktor pengaruh minat pembelian ialah merek produk tersebut. Citra merek suatu produk akan dapat mampu mengangkat minat konsumen dalam membeli. Pembeli yang memiliki pandangan citra merek baik kepada produk lebih besar kemungkinan untuk memutuskan membeli dikarenakan sebuah persepsi merek juga menjadi pertimbangan utama dari pembeli dalam keputusan akhirnya untuk memutuskan membeli produk. Penelitian lain yang berhubungan persepsi merek yang dikaitkan dengan keputusan pembelian disampaikan juga oleh Aghekyan-Simonian (2012), ia mengemukakan tentang persepsi merek memberi pengaruh kepada keputusan pembelian secara mengeliminasi macam-macam kecurigaan risiko dikarenakan konsumen mempercayai merek tersebut. Selain itu menurut pengemasan minyak goreng yang membuat pembeli lebih menganggap produk praktis.¹⁴ Maka:

H4 : Merek minyak goreng kemasan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian minyak goreng.

METODE

Metode yang dirancang pada penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif, yaitu cara meneliti secara sistematis fenomena-fenomena yang terjadi serta hubungan-hubungannya. Jenis dan data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terkait data primer dan sekunder. Data primer didapatkan melalui hasil penyebaran angket online di

¹³ Ibid.

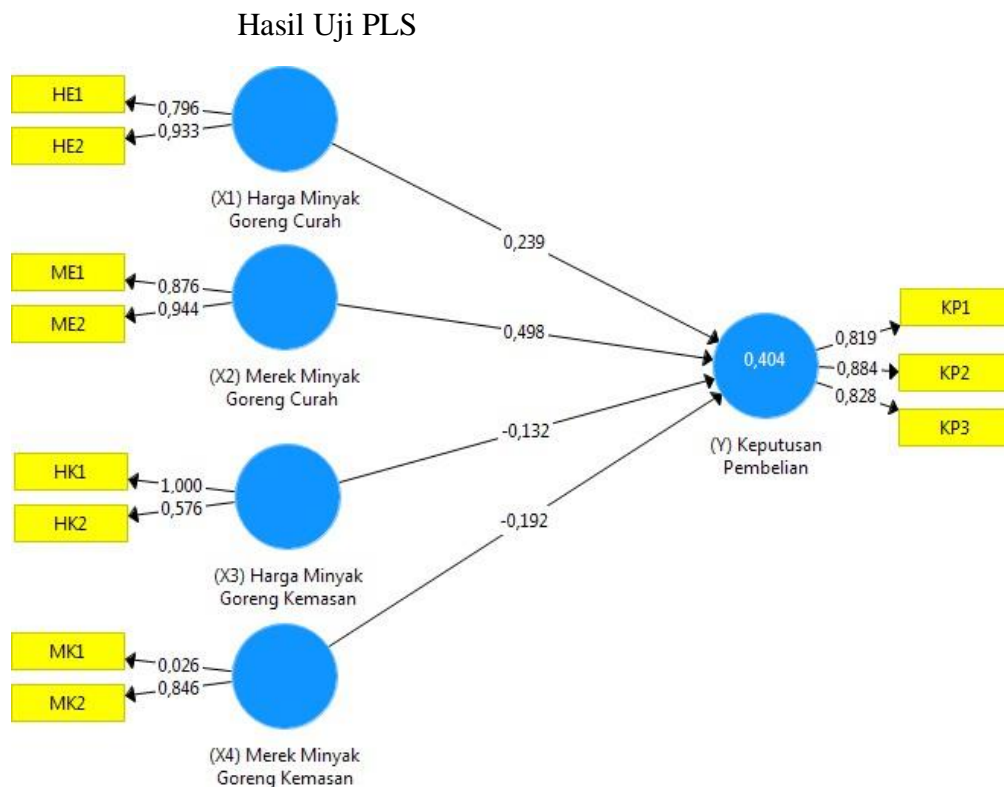
¹⁴ Ibid.

Pengaruh Harga Dan Merek Sebagai Pembanding Terhadap Keputusan Pembelian Antara Minyak Goreng Kemasan Atau Curah Ditengah Tingginya Harga Minyak Goreng Di Kuala Tungkal

Kuala Tungkal. Hasil jawaban responden kemudian ditabulasi dan diolah menggunakan aplikasi statistik PLS-SEM. Sedangkan data sekunder yang dirangkum dari buku-buku referensi, beberapa jurnal sebelumnya dan artikel resmi terkait topik penelitian. Subjek yang diteliti adalah perilaku masyarakat dalam menganbil keputusan pembelian terhadap minyak goreng curah atau kemasan ditengah tingginya harga minyak goreng di Kuala Tungkal.

HASIL TEMUAN

Berdasarkan angket yang telah disebar secara umum melalui media online tentang keputusan pembelian minyak goreng curah atau kemasan yang memiliki indikator harga minyak curah, merek minyak curah, harga minyak kemasan, merek minyak kemasan dan keputusan pembelian. Terkumpul 72 jawaban dari responden yang dimodelkan sebagai berikut:



Gambar 1 – Model Penelitian

Sumber: Hasil olah data primer PLS-SEM, 2022

**Pengaruh Harga Dan Merek Sebagai Pembanding Terhadap Keputusan
Pembelian Antara Minyak Goreng Kemasan Atau Curah Ditengh
Tingginya Harga Minyak Goreng Di Kuala Tungkal**

1. Hasil Uji Validitas - Outer Loading

	(X1) Harga Minyak Goreng Curah	(X2) Merek Minyak Goreng Curah	(X3) Harga Minyak Goreng Kemasan	(X4) Merek Minyak Goreng Kemasan	(Y) Keputusan Pembelian
HE1	0,796				
HE2	0,933				
HK1			1,000		
HK2			0,576		
KP1					0,819
KP2					0,884
KP3					0,828
ME1		0,876			
ME2		0,944			
MK1				0,026	
MK2				0,846	

Tabel 1 – Uji Validitas (Outer Loading) Sumber: Hasil olah data primer PLS-SEM, 2022

2. Hasil Uji Validitas – Average Variance Extracted (AVE)

	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
(X1) Harga Minyak Goreng Curah	0,752
(X2) Merek Minyak Goreng Curah	0,830
(X3) Harga Minyak Goreng Kemasan	0,666
(X4) Merek Minyak Goreng Kemasan	0,358
(Y) Keputusan Pembelian	0,712

Tabel 2 – Uji Validitas (AVE) Sumber: Hasil olah data primer PLS-SEM, 2022

3. Hasil Uji Diskriminan Validiti - Cross Loadings

	(X1) Harga Minyak Goreng Curah	(X2) Merek Minyak Goreng Curah	(X3) Harga Minyak Goreng Kemasan	(X4) Merek Minyak Goreng Kemasan	(Y) Keputusan Pembelian
HE1	0,796	0,365	0,315	0,195	0,235
HE2	0,933	0,388	0,306	0,072	0,397
HK1	0,352	0,363	1,000	0,190	0,096

Pengaruh Harga Dan Merek Sebagai Pembanding Terhadap Keputusan Pembelian Antara Minyak Goreng Kemasan Atau Curah Ditengh Tingginya Harga Minyak Goreng Di Kuala Tungkal

HK2	0,257	0,178	0,576	0,254	-0,003
KP1	0,439	0,480	0,243	-0,128	0,819
KP2	0,283	0,553	0,100	-0,247	0,884
KP3	0,243	0,388	-0,119	-0,183	0,828
ME1	0,344	0,876	0,305	-0,006	0,408
ME2	0,429	0,944	0,352	-0,114	0,596
MK1	0,319	-0,005	0,152	0,026	0,077
MK2	0,282	-0,066	0,236	0,846	-0,144

Tabel 3 – Uji Diskriminan Validitas (Cross Loadings) Sumber: Hasil olah data primer PLS-SEM, 2022

4. Hasil Uji Reabilitas – Cronbach’s Alpha

	Cronbach's Alpha
(X1) Harga Minyak Goreng Curah	0,689
(X2) Merek Minyak Goreng Curah	0,801
(X3) Harga Minyak Goreng Kemasan	0,746
(X4) Merek Minyak Goreng Kemasan	0,714
(Y) Keputusan Pembelian	0,798

Tabel 4 – Uji Reabilitas (Cronbach’s Alpha) Sumber: Hasil olah data primer PLS-SEM, 2022

5. Hasil Uji Reabilitas - Reliabilitas Konstruk

	Reliabilitas Komposit
(X1) Harga Minyak Goreng Curah	0,858
(X2) Merek Minyak Goreng Curah	0,907
(X3) Harga Minyak Goreng Kemasan	0,788
(X4) Merek Minyak Goreng Kemasan	0,372
(Y) Keputusan Pembelian	0,881

Tabel 5 – Uji Reabilitas (Reabilitas Konstruk) Sumber: Hasil olah data primer PLS-SEM, 2022

6. Hasil Uji Asumsi Klasik - Multikolonieritas (VIF)

	(Y) Keputusan Pembelian
(X1) Harga Minyak Goreng Curah	1,322

Pengaruh Harga Dan Merek Sebagai Pembanding Terhadap Keputusan Pembelian Antara Minyak Goreng Kemasan Atau Curah Ditengh Tingginya Harga Minyak Goreng Di Kuala Tungkal

(X2) Merek Minyak Goreng Curah	1,362
(X3) Harga Minyak Goreng Kemasan	1,266
(X4) Merek Minyak Goreng Kemasan	1,083
(Y) Keputusan Pembelian	

Tabel 6 – Uji Asumsi (VIF)

Sumber: Hasil olah data primer PLS-SEM, 2022

7. Hasil Uji Iner Model - R Square

	R Square	Adjusted R Square
(Y) Keputusan Pembelian	0,404	0,368

Tabel 7 – Uji Iner

Model Sumber: Hasil olah data PLS-SEM, 2022

8. Hasil Uji Iner Model - f Square

	(Y) Keputusan Pembelian	Keterangan
(X1) Harga Minyak Goreng Curah	0,073	Keci
(X2) Merek Minyak Goreng Curah	0,305	Menengah
(X3) Harga Minyak Goreng Kemasan	0,023	Keci
(X4) Merek Minyak Goreng Kemasan	0,057	Keci
(Y) Keputusan Pembelian		

Tabel 8 – Uji Iner Model

Sumber: Hasil olah data primer PLS-SEM, 2022

9. Uji Iner Model – Analisis NFI

	Model Saturated	Model Estimasi
SRMR	0,144	0,144
d_ ULS	1,366	1,366
d_ G	0,385	0,385
Chi-Square	148,662	148,662
NFI	0,556	0,556

Tabel 9 – Analisis NFI

Sumber: Hasil olah data primer PLS-SEM, 2022

Pengaruh Harga Dan Merek Sebagai Pembanding Terhadap Keputusan Pembelian Antara Minyak Goreng Kemasan Atau Curah Ditengh Tingginya Harga Minyak Goreng Di Kuala Tungkal

10. Koefisien Jalur

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
(X1) Harga Minyak Goreng Curah -> (Y) Keputusan Pembelian	0,239	0,210	0,108	2,224	0,027
(X2) Merek Minyak Goreng Curah -> (Y) Keputusan Pembelian	0,498	0,514	0,117	4,238	0,000
(X3) Harga Minyak Goreng Kemasan -> (Y) Keputusan Pembelian	-0,132	-0,124	0,116	1,132	0,258
(X4) Merek Minyak Goreng Kemasan -> (Y) Keputusan Pembelian	-0,192	-0,054	0,208	0,926	0,355

Tabel 10 – Uji Signifikasi dan pengujian hipotesis Sumber: Hasil olah data primer PLS-SEM, 2022

PEMBAHASAN

Berdasarkan rangkaian model hasil olah data di atas, sehingga dapat diinterpretasikan:

1. Uji Validity

a. Outer Loading

Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa hasil dari analisis outer model membuktikan tentang semua *loading factor* yang disarankan, yakni lebih dari 0,7. Indikator disebut valid jika mempunyai nilai > 0,7. Variabel seperti HK2 juga MK1 tidak disarankan karena memiliki nilai indikator kurang dari 7. Nilai dari variabel disarankan terendah dipegang oleh HE1 dengan nilai sebesar 0,796 juga variabel yang memegang kandidat tertinggi ialah HK1 dengan nilai sebesar 1,000 sehingga indikator dinyatakan valid yaitu *convergent validity*.

Pengaruh Harga Dan Merek Sebagai Pembanding Terhadap Keputusan Pembelian Antara Minyak Goreng Kemasan Atau Curah Ditengah Tingginya Harga Minyak Goreng Di Kuala Tungkal

b. Validitas dan Reabilitas Konstruk (AVE)

Berdasarkan tabel 2 di atas dapat dijelaskan syarat untuk dinyatakan lulus tahap ini adalah bahwa jika nilai AVE dinilai $> 0,5$. Menurut tabel 2 dapat dilihat nilai AVE selalu $< 0,5$ kecuali indikator X1 yaitu Harga Minyak Goreng Curah (HC) senilai 0,752, X2 yaitu Merek Minyak Goreng Curah (MC), X3 harga minyak goreng kemasan (HK) sebesar 0,666. Sedangkan nilai indikator lainnya seperti variabel Y yaitu keputusan pembelian (KP) sebesar 0,712. Maka dari itu dapat dikatakan konstruk ini memenuhi uji validitas.

2. Uji Discriminant Validity – Cross Loading

Melihat dari tabel 3 telah dapat kita lihat tentang nilai loading faktor rata-rata dari setiap indikator mempunyai nilai yang paling besar jika dihubungkan dengan variabel lainnya. Maknanya tiap-tiap variabel laten terdapat validitas diskriminan yang terbilang baik.

Cross loading HE1 dengan variabel X1 memiliki nilai korelasi sebesar 0,796, cross loading HE2 dengan variabel X1 memiliki nilai korelasi sebesar 0,933, cross loading HK1 dengan variabel X3 memiliki nilai korelasi sebesar 1000, cross loading HK2 dengan variabel X3 memiliki nilai korelasi sebesar 0,576, cross loading KP1 dengan variabel Y mempunyai angka korelasi sebesar 0,819, cross loading KP2 dengan variabel Y mempunyai angka korelasi sebesar 0,884, cross loading KP3 dengan variabel Y mempunyai angka korelasi sebesar 0,828, cross loading ME1 dengan variabel X2 mempunyai angka korelasi sebesar 0,876, cross loading ME2 dengan variabel X2 mempunyai angka korelasi sebesar 0,944, dan cross loading MK2 dengan variabel X4 memiliki nilai korelasi sebesar 0,846. Nilai-nilai tersebut lebih besar daripada cross loading variabel lain pada barisnya masing-masing. Sehingga dapat dikatakan memiliki uji validitas diskriminan yang cukup yang cukup baik selain nilai cross loading MK1 yang tidak memiliki diskriminan validitas yang baik dengan variabel X4 yang nilainya 0,026. Justru nilai tertinggi pada MK1 ini ialah terletak pada Harga minyak goreng curah X1.

Pengaruh Harga Dan Merek Sebagai Pembanding Terhadap Keputusan Pembelian Antara Minyak Goreng Kemasan Atau Curah Ditengah Tingginya Harga Minyak Goreng Di Kuala Tungkal

3. Uji Reabilitas

a. Cronbach's Alpha

Menurut tabel 4 tersebut hasil dari *Cronbach's Alpha* variabel Harga minyak goreng curah $< 0,7$ yaitu senilai 0,689 artinya variabel ini mempunyai tingkat reabilitas yang terbilang rendah. Sedangkan sisanya variabel Merek minyak goreng curah $> 0,7$ yaitu 0,801, Harga minyak goreng kemasan $> 0,7$ yaitu sebesar 0,746, Merek minyak goreng kemasan $> 0,7$ yaitu senilai 0,714, juga Keputusan Pembelian $> 0,7$ yaitu senilai 0,798. Maka hasil penelitian membuktikan bahwasanya variabel X2, X3, X4, dan Y memiliki tingkat reabilitas yang tinggi.

b. Reabilitas Konstruk

Composite reliability pada tabel 5 termasuk salah satu yang dipergunakan dalam pengujian angka reabilitas indikator variabel, nilainya dikatakan reliabel apabila memiliki angka *composite reliability* $> 0,7$ maka disebutkan terdapat reabilitas tinggi.

4. Uji Asumsi Klasik (Multikolonieritas (VIF))

Dari hasil analisis tabel 6 dapat dilihat variabel Y memiliki nilai lebih kecil dari pada 3,5-5 disebut artinya dapat disebut dengan sangat tegas bahwa tidak terdapat korelasi dari variabel satu ke yang lain atau dinyatakan tidak mengalami multikolinieritas.

5. Uji Iner Model

a. R Square

Dari tabel 7 tersebut kita bisa menarik interpretasi nilai uji R-square (R^2) variabel keputusan pembelian senilai 0.404 yang artinya variabel harga minyak curah, merek minyak curah, harga minyak kemasan dan merek minyak kemasan dapat menghubungkan kaitannya pada keputusan pembelian sebesar 40,4% selain itu 59,6% dikarenakan dari variabel lain diluar model yang diteliti.

b. F Square

Menurut hasil dari menganalisis menunjukkan variabel X1

Pengaruh Harga Dan Merek Sebagai Pembanding Terhadap Keputusan Pembelian Antara Minyak Goreng Kemasan Atau Curah Ditengh Tingginya Harga Minyak Goreng Di Kuala Tungkal

memiliki nilai 0,073, X2 sebesar 0,023 dan X4 sebesar 0,057 sehingga dikatakan mempunyai pengaruh kebaikan besar karena nilainya diatas 0,02. Sedangkan untuk variabel X2 senilai 0,305 dapat dikatakan memiliki nilai kebaikan menengah karena nilainya lebih dari 0,15.

Angka variabel tersebut kecil membuktikan bahwasanya variabel demikian tidak begitu bermakna kepada keputusan pembelian.

c. Analisis NFI

Dalam hasil menganalisis tersebut indikator model dari fit ini menunjukkan nilai NFI > 0,1 maka model disebut lebih baik lagi.

5. Uji Signifikasi dan Pengujian Hipotesis

Dari tabel 5 diatas menunjukkan hasil dalam pengujian hipotesis dalam penelitian ini, yang akan diuraikan sebagai berikut:

1. Hipotesis 1. Pengaruh antara harga minyak curah (X1) dengan keputusan pembelian (Y)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat angka t-statistik 2,224 dengan P-value

0.027 juga memiliki nilai original sampel seangka 0.239.

Dimana nilai t- statistik (2.224) > dari pada t-table (1,96) .

Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel harga minyak goreng curah memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Maka **H1 diterima**.

2. Hipotesis 2. Pengaruh antara Harga minyak goreng kemasan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Diambil dari hasil analisis tabel, dapat dilihat angka t-statistik 4,238 dengan P-value 0,000 serta memiliki original sampel sebesar 0.498. Dimana nilai t- statistik (4,238) > daripada t-table (1,96) .

Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga minyak goreng kemasan memiliki pengaruh yang signifikan dan memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan pembelian. Maka **H2 diterima**.

3. Hipotesis 3. Pengaruh antara Merek minyak goreng curah (X2)

Pengaruh Harga Dan Merek Sebagai Pembanding Terhadap Keputusan Pembelian Antara Minyak Goreng Kemasan Atau Curah Ditengah Tingginya Harga Minyak Goreng Di Kuala Tungkal

kepada keputusan pembelian minyak goreng (Y)

Menurut tabel tersebut, dapat kita lihat angka t-statistik 1,132 dengan P-value 0,258 serta memiliki original sampel sebesar -0,132. Dimana angka t-statistik (1,132) < daripada t-table (1,97)

Membuat dapat ditarik kesimpulan variabel Merek minyak goreng curah tidak memiliki pengaruh yang signifikan dan memiliki hubungan yang positif

terhadap keputusan pembelian. Maka **H3 ditolak**.

4. Hipotesis 4. Pengaruh antara Merek minyak goreng kemasan (X4) terhadap keputusan pembelian minyak goreng (Y)

Menurut berdasarkan dari tabel, dapat dilihat angka t-statistik 0,926 dengan P-value 0,355 serta memiliki original sampel sebesar -0,192. Dimana angka t- statistik (0,926) < daripada t-table (1,96) .

Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Merek minyak goreng kemasan tidak memiliki pengaruh yang signifikan dan memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan pembelian. Maka **H4 ditolak**.

KESIMPULAN

Pengaruh antara harga minyak curah dengan keputusan pembelian

Berdasarkan keputusan akhir penelitian ini disimpulkan bahwasanya variabel harga minyak goreng curah mempunyai hubungan yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini memiliki konstur yang sama dengan dengan penelitian Nadila, dan junaidi (2021), harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian minyak goreng curah. Minyak goreng curah termasuk memiliki harga yang lebih ekonomis dan lebih rendah, menyebabkan dapat dijangkau dan diterima dari macam-macam golongan masyarakat sehingga mereka memilih menggunakan minyak goreng curah.¹⁵

¹⁵ Nadilla, Abubakar, and Junaidi, "Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi

Pengaruh Harga Dan Merek Sebagai Pembanding Terhadap Keputusan Pembelian Antara Minyak Goreng Kemasan Atau Curah Ditengah Tingginya Harga Minyak Goreng Di Kuala Tungkal

Pengaruh antara Harga minyak goreng kemasan terhadap Keputusan Pembelian

Hasil dalam akhir penelitian menyatakan bahwasanya variabel Harga minyak goreng kemasan mempunyai pengaruh nan signifikan juga punya hubungan dengan keputusan pembelian. Hasil penelitian dari Nadila, al-asr, dan junaidi: (2021) juga memperkuat teori dengan mengemukakan variabel harga mempunyai hubungan positif terhadap keputusan minat pembelian minyak goreng kemasan.¹⁶

Pengaruh antara Merek minyak goreng curah terhadap keputusan pembelian minyak goreng

Berdasarkan pada hasil dari penelitian memaparkan bahwasanya variabel Merek minyak goreng curah tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat nilai t-statistik 1,132 dengan P- value 0,258 serta memiliki original sampel sebesar -0,132. Dimana nilai t-statistik (1,132) lebih kecil daripada t-table (1,97).

Pengaruh antara Merek minyak goreng kemasan terhadap keputusan pembelian minyak goreng

Menurut dari hasil uji penelitian kesimpulan yang dapat ditarik bahwa variabel Merek minyak goreng kemasan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil ini searah tuju dengan penelitian yang dilakukan oleh Nadilla (2021) yang memaparkan bahwasanya variabel dari kualitas yang merupakan citra merek tidak memiliki berpengaruh terhadap pembelian minyak goreng kemasan.¹⁷

Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Minyak Goreng Kemasan Dan Curah Di Pasar Beureunuen Kecamatan Mutiara.”

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Ibid.

**Pengaruh Harga Dan Merek Sebagai Pembanding Terhadap Keputusan
Pembelian Antara Minyak Goreng Kemasan Atau Curah Ditengh
Tingginya Harga Minyak Goreng Di Kuala Tungkal**

DAFTAR PUSTAKA

- Admin. “Tidak Langka Minyak Goreng, Hanya Harganya Mahal.”
Pemerintah Kota Medan.
- Aghekyan-Simonian, M, Kwon. W.S Forsythe, S., Chattaraman, and V. “The Role of Product Brand Image and Online Store Image on Perceived Risks and Online Purchase Intention for Apparel.”
Journal of Retailing and Costumer Services 19 (2012): 325–331.
- Akhmad, J. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Warung Lesehan Di Jalan Protokol Yogyakarta.”
Jurnal STIE Widya Wiwaha Kajian Bisnis N0. 7 (1996): 14–28.
- Haryanti, R, F. K Ferry, B. L Karina, and Y. R Yuilis. “Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Warna Minyak Goreng Di Salatiga” (2014): 257–266.
- Kusumawaty, Yeni, Susy Edwina, and Nurny Sofwah Sifqiani. “Sikap Dan Perilaku Konsumen Minyak Goreng Curah Dan Kemasan Di Kota Pekanbaru.” *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis* 3, no. 2 (2019): 111–122.
- Nadilla, Al- Asri Abubakar, and Junaidi. “Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Minyak Goreng Kemasan Dan Curah Di Pasar Beureunuen Kecamatan Mutiara.” *Jurnal Agroristek* 4, no. 2 (2021): 62–69.
- Ombudsman. “Ini Penyebab Minyak Goreng Langka.” *Kompas.Com.*
- Prihartono, Heri. “Daftar Harga Minyak Goreng Selasa 7 Juni 2022 Di Alfamart Dan Indomaret.” *Tribun Janbi.Com.*
- Qorima, R. S., E.P Fembriati, and R Adawiyah. “Tingkat Kepuasan Dan Loyalitas Ibu Rumah Tangga Dalam Mengonsumsi Minyak Goreng Kemasan Di Kota Bandar Lampung” 2, no. 3 (2014): 285.
- Rahayu, Rochani Nani. “Kenaikan Harga Minyak Goreng Kelapa Sawit Di Indonesia Sebuah Analisis Berita Kompas On Line.”
Intelektiva 3, no. 8 (2022): 26–37.
- Tedjakusuma, Ritawati, Hartini, Sri, and Muryani. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Air Minum Mineral Di Kotamadya Surabaya.”
Jurnal Penelitian Dinamika Sosial 2 (2001): 48– 58