



ANALISIS HUBUNGAN TINGKAT PENDAPATAN DENGAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI MINYAK GORENG

Adinda Harahap

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Gilang Ramadhan

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Siti Rahma

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Tasya Azzahra

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

***Siti Suaibah Nasution**

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Alamat: Jl. IAIN No. 1 Sutomo Ujung, Medan Timur, Kota Medan

Korespondensi penulis: ssuaibahnst@gmail.com

Abstrak. *This study aims to evaluate the relationship between income levels and consumer decisions in buying cooking oil. Data was obtained by sampling using the “proportional random sampling” technique with a sample of 40 respondents with a questionnaire as a data collection tool that had been prepared previously. The analysis method used is the Chi-Square test to test the significance of the relationship between income variables and purchasing preferences. Data processing was assisted by statistical package social science (SPSS) version 30. This research was conducted in May 2025. The research findings show that income has a significant effect on consumer decisions on the selection of cooking oil in the traditional market Simpang Limun Medan.*

Keywords: *Consumer Decision; Income; Purchasing Cooking Oil*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi keterkaitan antara tingkat pendapatan dengan keputusan konsumen dalam membeli minyak makan. Data diperoleh dengan pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik “proportional Random Sampling” dengan sampel sebanyak 40 responden dengan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang telah dipersiapkan sebelumnya. Metode analisis yang digunakan adalah uji kai-kuadrat (Chi-Square) untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel pendapatan dan preferensi pembelian. Pengolahan data dibantu dengan statistical package social science (SPSS) versi 30. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2025. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh signifikan dengan keputusan konsumen terhadap pemilihan minyak makan di pasar tradisional Simpang Limun Medan.

Kata Kunci: Keputusan Konsumen; Pendapatan; Pembelian Minyak Goreng,

PENDAHULUAN

Minyak goreng merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia sebagai alat pengolahan bahan-bahan makanan (Hilman et al., 2022). Minyak goreng berfungsi sebagai media untuk menggoreng makanan dan permintaannya terus meningkat. Sumber minyak bisa berasal dari tumbuhan, seperti zaitun, jagung, kelapa, serta biji bunga matahari. minyak juga dapat diperoleh dari hewan, seperti ikan sarden, paus, maupun lemak sapi. (Wenny et al., 2023). Di Indonesia

terdapat dua industri minyak goreng kelapa sawit, yaitu minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan (Rengga, 2020). Kedua jenis minyak goreng tersebut memiliki perbedaannya masing-masing. Minyak goreng kemasan umumnya melewati proses penyaringan sebanyak tiga hingga empat tahap, berwarna kuning bening, dikemas secara lebih praktis, dan disertai label atau merek. Sebaliknya, minyak goreng curah hanya melalui satu kali penyaringan, warnanya cenderung kuning keruh, tidak dikemas, serta mengandung kadar asam oleat dan lemak yang lebih tinggi. (Widya et al., 2023).

Perilaku konsumen merupakan proses atau tindakan keputusan dan aktivitas yang dilakukan individu secara langsung dalam memperoleh dan menggunakan barang atau jasa. Keputusan pembelian suatu produk berhubungan erat dengan perilaku konsumen, yang dapat berubah seiring waktu akibat pengaruh variabel internal seperti sikap, preferensi, dan kesehatan maupun variabel eksternal seperti harga dan ketersediaan barang (Huurin'iiin et al., 2024). Dalam konteks minyak goreng, perubahan harga dan kelangkaan pasokan menimbulkan berbagai reaksi dari konsumen, yang mencerminkan dinamika perilaku konsumsi. Teori perilaku konsumen, menjelaskan bahwa konsumen akan mengalokasikan pendapatannya untuk memaksimalkan kepuasan, sehingga tingkat pendapatan menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian minyak goreng (Chania Mely Piana, 2024).

Pada tahun 2022, Indonesia mengalami krisis kelangkaan minyak goreng yang meluas hampir di seluruh wilayah. Sebagai negara produsen utama minyak kelapa sawit dunia, kondisi ini menimbulkan pertanyaan besar di kalangan masyarakat (Hazen et al., 2022). Kelangkaan tersebut dipicu oleh berbagai faktor, antara lain kenaikan harga Crude Palm Oil (CPO) global, gangguan dalam rantai pasok, kebijakan ekspor yang tidak konsisten, serta dugaan praktik kartel oleh pelaku industri (Adin Nugroho, 2022). Kondisi ini menyebabkan lonjakan harga minyak goreng di pasar domestik, yang berdampak signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat, khususnya kelompok berpendapatan rendah. Dalam situasi tersebut, konsumen dengan pendapatan terbatas cenderung lebih sensitif terhadap perubahan harga dan ketersediaan barang, dibandingkan dengan konsumen berpendapatan tinggi. (Andi N B, 2022)

Distribusi dan akses terhadap kebutuhan pokok, seperti minyak goreng, masih menjadi isu strategis dalam kebijakan publik, khususnya di negara berkembang seperti Indonesia. Idealnya, kebijakan subsidi dan distribusi minyak goreng dirancang untuk menjamin ketersediaan dan keterjangkauan bagi seluruh lapisan masyarakat (Sumual et al., 2024). Namun, dalam praktiknya, masih ditemukan ketimpangan distribusi dan harga, terutama di kalangan rumah tangga berpendapatan rendah. Sejumlah penelitian telah menyoroti kesenjangan ini (MOHD et al., 2020). Studi oleh Purba (2020) menemukan bahwa pendapatan bulanan dan jumlah tanggungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng curah di pasar tradisional.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini hadir untuk menganalisis hubungan antara tingkat pendapatan konsumen dengan keputusan mereka dalam membeli minyak goreng, mengidentifikasi sejauh mana tingkat pendapatan memengaruhi pilihan konsumen dalam hal frekuensi pembelian, jumlah pembelian, jenis atau merek minyak goreng yang dibeli. Selain itu, penelitian ini juga ingin menggambarkan profil perilaku konsumen berdasarkan kategori pendapatan yang berbeda, sehingga dapat diketahui pola-pola konsumsi yang muncul di tengah dinamika pasar minyak goreng nasional.

KAJIAN TEORITIS

Proses pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian merupakan fenomena multidimensional yang dipengaruhi oleh berbagai variabel internal maupun eksternal. Dalam perspektif teori konsumen, faktor ekonomi khususnya tingkat penghasilan menjadi salah satu determinan fundamental yang membentuk pola konsumsi dan preferensi pembelian (Philip Kotler, 2018). Konsep utilitas marginal menjelaskan bahwa individu berusaha mengoptimalkan kepuasan dengan mempertimbangkan keterbatasan sumber daya finansial yang tersedia, sehingga perubahan tingkat penghasilan akan berdampak signifikan terhadap kemampuan beli dan kecenderungan memilih produk berkualitas (Mankiw, 2016).

Dalam mekanisme pengambilan keputusan, konsumen melakukan evaluasi komprehensif yang meliputi pertimbangan aspek harga, mutu, dan manfaat yang akan diperoleh. Model perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Engel, Blackwell, dan Miniard (2006) mengidentifikasi bahwa variabel ekonomi seperti tingkat penghasilan berperan sebagai faktor dominan dalam proses evaluasi dan seleksi produk, terutama untuk komoditas kebutuhan harian seperti minyak goreng.

Prinsip Engel menjelaskan dinamika perubahan pola pengeluaran konsumen seiring dengan peningkatan penghasilan, dimana proporsi belanja untuk kebutuhan primer cenderung mengalami penurunan relatif, namun terjadi peningkatan orientasi terhadap kualitas produk yang dipilih (Walter Nicholson, 2017). Fenomena ini mengindikasikan bahwa konsumen dengan tingkat penghasilan yang lebih baik memiliki kecenderungan untuk beralih dari produk berkualitas standar menuju produk berkualitas premium, termasuk dalam hal pemilihan minyak goreng dari kategori curah menuju bermerek.

Minyak goreng memiliki posisi strategis sebagai kebutuhan fundamental masyarakat mengingat fungsinya sebagai sumber primer lemak dalam aktivitas memasak sehari-hari (Khairunnisa Z, 2023). Pada umumnya, komoditas ini diproduksi dari berbagai jenis tanaman seperti kelapa sawit, kelapa, jagung, dan varietas kacang-kacangan, dengan melalui serangkaian proses pemurnian meliputi degumming, netralisasi, bleaching, dan deodorisasi (Destri Ariani, 2017). Diferensiasi kualitas antara minyak goreng curah dan bermerek terletak pada metodologi produksi dan standar mutu yang diimplementasikan. Minyak bermerek menunjukkan nilai indeks bias yang superior dibandingkan minyak curah, yang mengindikasikan tingkat kejernihan dan kemurnian yang lebih optimal (Elisa, 2020). Produk minyak kemasan premium bermerek telah mengalami proses filtrasi bertingkat, menghasilkan karakteristik yang lebih higienis dan sehat, serta umumnya diperkaya dengan fortifikasi vitamin A. Sebaliknya, minyak goreng curah tanpa merek yang dipasarkan di pasar tradisional hanya mengalami satu tahap penyaringan, mengakibatkan tingkat kekeruhan yang lebih tinggi dan standar kualitas yang relatif rendah.

Parameter mutu minyak goreng juga ditentukan oleh indikator kimia seperti konsentrasi asam lemak bebas dan angka peroksida. Hasil kajian menunjukkan bahwa meskipun kedua jenis minyak goreng curah maupun kemasan bermerek masih memenuhi kriteria mutu SNI 01-3741-2013 untuk bilangan asam dan kadar asam lemak bebas, namun minyak curah seringkali menunjukkan kadar peroksida yang melampaui batas standar yang ditetapkan (Liany Carolina Rambu Lika, 2023) (Greiszya Priskila, 2022).

Berbagai studi empiris telah mengeksplorasi relasi antara tingkat penghasilan dan keputusan pembelian minyak goreng. Riset yang dilakukan Nasution (2020) mengungkapkan bahwa penghasilan menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi pembelian minyak bermerek, dimana eskalasi tingkat penghasilan berkorelasi dengan meningkatnya kecenderungan konsumen untuk memilih produk dengan standar kualitas yang lebih tinggi.

Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kapasitas finansial berdampak pada pergeseran preferensi menuju kualitas dan kuantitas minyak yang dikonsumsi, dengan konsumen menunjukkan preferensi yang lebih kuat terhadap minyak bermerek dibandingkan minyak curah.

Konsisten dengan temuan tersebut, penelitian Putrisina Tarigan (2020) juga mengkonfirmasi adanya pengaruh positif penghasilan terhadap preferensi pembelian minyak goreng bermerek, yang menunjukkan bahwa penghasilan merupakan variabel kunci dalam pembentukan preferensi merek. Studi komplementer oleh Mohd. Nawi Purba (2020) mendemonstrasikan bahwa penghasilan juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian minyak curah di pasar tradisional, yang menggambarkan bahwa kapasitas finansial yang lebih tinggi memfasilitasi pembelian dalam volume yang lebih besar atau pemilihan terhadap produk bermerek tertentu.

Konsumen dengan tingkat penghasilan yang lebih tinggi menunjukkan kecenderungan untuk lebih mempertimbangkan aspek kesehatan dan kualitas produk yang dikonsumsi. Kajian ilmiah menunjukkan bahwa penggunaan minyak goreng secara berulang dapat mengakibatkan peningkatan kadar asam lemak bebas, degradasi kualitas, serta peningkatan risiko penyakit kardiovaskular (Nurul Jannah, 2024). Kesadaran terhadap implikasi kesehatan ini mendorong konsumen dengan kemampuan ekonomi yang lebih baik untuk memilih minyak bermerek yang telah melalui pengujian kualitas dan proses pemurnian yang lebih komprehensif.

Berdasarkan eksplorasi teoritis yang telah diuraikan, dapat disimpulkan bahwa penghasilan memiliki korelasi yang substansial dengan keputusan konsumen dalam pembelian minyak goreng. Teori perilaku konsumen, prinsip Engel, dan konsep elastisitas penghasilan memberikan fondasi teoritis yang solid untuk memahami mekanisme pengaruh faktor ekonomi terhadap pola konsumsi minyak goreng. Konsistensi temuan dari penelitian-penelitian sebelumnya juga menguatkan adanya hubungan positif antara tingkat penghasilan dan preferensi terhadap minyak goreng bermerek dengan kualitas superior. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris untuk memperkuat validitas temuan-temuan sebelumnya serta memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika relasi antara kapasitas finansial konsumen dan preferensi pembelian minyak goreng.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif yang dilaksanakan pada bulan Mei 2025 dan berlokasi di Pasar Simpang Limun, salah satu pasar tradisional di Kota Medan. Pemilihan lokasi dilakukan menggunakan teknik area sampling atau (cluster sampling), yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kuota tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya (Sugiyono, 2013). Sedangkan metode pengambilan responden menggunakan quota sampling dengan jumlah sampel sebanyak 40 orang, yang dianggap telah mewakili populasi konsumen minyak goreng di pasar tradisional. Kriteria responden meliputi konsumen minyak goreng yang berdomisili di Kota Medan, berjenis kelamin perempuan, telah menikah, berusia minimal 20 tahun, dan telah melakukan pembelian minyak goreng dalam satu bulan terakhir. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner tertutup kepada responden, dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi mengenai tingkat pendapatan dan keputusan pembelian minyak goreng. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan uji Chi-Square guna mengetahui ada tidaknya hubungan yang signifikan antara tingkat pendapatan konsumen sebagai variabel bebas dengan keputusan pembelian minyak goreng sebagai variabel terikat.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Data karakteristik peserta mencakup tingkat penghasilan, jenis minyak goreng yang dipilih, serta pilihan merek minyak makan yang digunakan. Berikut merupakan hasil data yang diperoleh dari 40 responden.

Table 1. Hasil Observasi

Pendapatan	Minyak		Total
	Curah	Bermerek	
3 JT kebawah	12	11	23
3 JT keatas	1	16	17
Total	13	27	40

A. Gambaran Tingkat Penghasilan Responden: Kekuatan Beli Warga Mayoritas Dari 40 orang, terlihat bahwa 57,5% masuk kategori 'gaji di bawah 3 juta'. Sisanya, sekitar 42,5%, memiliki gaji '3 juta ke atas'. Keadaan ini penting sebab mayoritas warga mungkin mudah terpengaruh harga atau ekonomi. Susunan gaji ini penting agar tahu kenapa pilihan mereka, terutama minyak goreng, cenderung cari opsi murah. B. Pola Konsumsi Minyak Goreng: Pengaruh Harga dan Ketersediaan Hasil dari MINYAK YANG DIKONSUMSI perlihatkan pilihan jelas di antara para peserta. Dari 40 jawaban, banyak yang memilih minyak biasa (67,5%), bukan minyak merek (32,5%). Angka besar ini menunjukkan bahwa harga dan mudahnya dapat jadi lebih penting dari merek atau kualitas. Minyak biasa, yang murah per liter dan mudah dicari di pasar, jadi pilihan pas untuk keluarga hemat di Pematangsiantar. C. Pilihan Merek Minyak Goreng (Khusus Merek): Pengaruh 'Nilai' dan Persaingan Untuk sepertiga orang yang pakai minyak merek, menunjukkan hasil. Dari 27 jawaban, 'Minyak Kita' paling banyak dipilih (13 orang), lalu 'Bimoli' (7 orang), 'Sunco' (6 orang), dan 'Sania' (1 orang). 'Minyak Kita' unggul sebab program pemerintah yang jual minyak murah. Hal ini memperkuat bahwa pembeli yang mampu pun tetap lihat 'nilai', yaitu kualitas dan harga bagus. Harga tetap penting saat beli minyak goreng di semua tingkat gaji.

Berdasarkan data hasil observasi yang telah di peroleh dari responden, dilakukan analisis statistic menggunakan perangkat lunak SPSS versi 30. Analisis ini bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel-variabel yang di teliti, khususnya melalui uji Chi-Square. Hasil dari uji tersebut disajikan pada Tabel 2 berikut ini.

**Table 2. Hasil Chi-Square
Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	9.548 ^a	1	.002		
Continuity Correction ^b	7.555	1	.006		
Likelihood Ratio	10.999	1	<.001		
Fisher's Exact Test				.002	.002

Linear-by-Linear Association	9.310	1	.002		
N of Valid Cases	40				

- a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5.53.
b. Computed only for a 2x2 table

Analisis output SPSS

- Tidak ada sel (50,0%) yang memiliki jumlah yang diharapkan kurang dari 5. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua sel memiliki nilai yang diharapkan 5 atau lebih, sehingga peneliti menggunakan Koreksi Kontinuitas untuk menjawab hipotesis.
- Nilai Asymp. Sig. (2-sided) pearson Chi-Square adalah $0.002 < 0.05$.

Hasil penelitian memperlihatkan adanya keterkaitan yang signifikan antara pendapatan konsumen dan keputusan mereka dalam membeli minyak goreng di pasar tradisional Simpang Limun, Medan. Temuan ini didukung oleh uji Chi-Square yang menunjukkan nilai signifikansi 0,002, yang jauh di bawah batas 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa pendapatan berperan sebagai faktor utama yang mempengaruhi pilihan konsumen terhadap jenis minyak goreng yang dibeli, baik itu minyak curah maupun minyak bermerek. Konsumen yang berpenghasilan di bawah Rp3 juta per bulan cenderung memilih minyak goreng curah dengan harga yang lebih murah, sedangkan mereka yang memiliki pendapatan lebih dari Rp3 juta lebih suka membeli minyak bermerek yang menawarkan kualitas lebih baik.

Fakta ini memiliki implikasi yang signifikan terhadap strategi distribusi dan kebijakan subsidi pemerintah. Diperlukan pendekatan sistematis dan terintegrasi untuk mengatasi tantangan dalam hal aksesibilitas dan harga minyak goreng bagi masyarakat berpenghasilan rendah. Salah satu solusi utama yang bisa diterapkan adalah memperkuat program subsidi minyak goreng, khususnya melalui merek yang telah ditetapkan pemerintah seperti "Minyak Kita". Program ini terbukti efektif menjangkau berbagai kelompok karena menggabungkan dua aspek penting dalam perilaku konsumsi masyarakat: harga yang terjangkau dan jaminan kualitas yang memadai. Pemerintah seharusnya meningkatkan distribusi dan pengawasan terhadap program ini untuk mencegah penimbunan, kelangkaan, atau manipulasi harga oleh pengecer.

Di samping itu, edukasi konsumen juga menjadi bagian penting dari solusi jangka panjang. Masyarakat, terutama yang berpendapatan rendah, perlu diajari tentang risiko konsumsi minyak goreng curah secara teratur, khususnya yang berkaitan dengan kualitas dan dampak terhadap kesehatan. Pemerintah daerah bisa bekerja sama dengan dinas kesehatan dan organisasi non-pemerintah untuk menjalankan program literasi gizi dan keamanan pangan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya memilih minyak goreng yang sehat meskipun dengan anggaran yang terbatas.

Dari sisi pelaku usaha, khususnya pedagang di pasar tradisional, dukungan berupa pelatihan usaha, insentif distribusi, dan akses yang lebih mudah untuk produk minyak goreng kemasan subsidi juga merupakan bagian dari solusi menyeluruh. Jika pelaku pasar dapat menawarkan minyak bermerek dengan harga yang bersaing secara berkelanjutan, maka konsumen dari segala lapisan pendapatan akan lebih termotivasi untuk beralih ke produk berkualitas lebih baik. Ini juga dapat meningkatkan daya saing pasar tradisional dibandingkan dengan ritel modern dalam hal penyediaan produk pokok yang berkualitas.

Di sisi konsumen dengan pendapatan lebih tinggi yang tetap memilih minyak curah, hal ini menunjukkan bahwa nilai ekonomi tetap menjadi pertimbangan utama, bukan hanya kualitas. Oleh karena itu, pemerintah perlu meningkatkan kualitas minyak curah dengan menerapkan regulasi yang ketat mengenai proses produksi, pengemasan, dan distribusinya. Dengan menetapkan standar kualitas minimum dan menjamin proses pemurnian minyak curah, masyarakat tetap bisa mendapatkan produk yang terjangkau tanpa harus mengabaikan aspek keamanan pangan.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berhasil menunjukkan adanya hubungan signifikan antara pendapatan dan keputusan pembelian minyak goreng, tetapi juga menyediakan dasar kuat untuk merumuskan strategi kebijakan publik, edukasi konsumen, dan peningkatan pengelolaan pasar yang lebih baik. Intervensi yang berbasis data menjadi sangat penting untuk memastikan bahwa semua strata masyarakat mendapatkan akses yang adil terhadap kebutuhan pokok dengan kualitas yang memadai.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Pasar Tradisional Simpang Limun Medan, disimpulkan bahwa ada hubungan signifikan antara penghasilan konsumen dan pilihan mereka dalam membeli minyak goreng. Konsumen dengan pendapatan rendah cenderung memilih minyak goreng curah yang lebih terjangkau, sementara konsumen yang memiliki pendapatan lebih tinggi lebih memilih minyak goreng bermerek yang dikenal kualitasnya lebih baik. Ini menunjukkan bahwa penghasilan merupakan faktor krusial yang memengaruhi perilaku konsumen, terutama dalam menentukan jenis dan merek minyak goreng yang mereka pilih. Hasil ini juga menggambarkan bahwa aspek ekonomi memainkan peranan penting dalam pengambilan keputusan konsumen terkait kebutuhan pokok, yang dapat menjadi dasar dalam merumuskan kebijakan distribusi dan edukasi konsumen yang lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adin Nugroho, P. G. (2022). Analisis Fenomena Harga Minyak Goreng di Indonesia dan Dampaknya terhadap Sektor Penyediaan Makan Minum. *Dampaknya terhadap Sektor Penyediaan Makan Minum*, 1(10), 102.
- Andi N B, U. H. (2022). Kenaikan Harga Minyak Goreng dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha dan Ekonomi. *Jurnal Justisia : Jurnal Ilmu Hukum, Perundang-Undangan Dan Pranata Sosia*, 7(1), 61.
doi:<http://dx.doi.org/10.22373/justisia.v7i1.13212>
- Chania Mely Piana, F. A. (2024, September). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK GORENG KEMASAN DI KOTA LANGSA. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(5), 399.
- Destri Ariani, S. Y. (2017). Studi Kualitatif dan Kuantitatif Minyak Goreng yang Digunakan oleh Penjual Gorengan di Kota Sumbawa. *Jurnal Tambora*, 1.
- Elisa, J. (2020). Perbedaan Indeks Bias Minyak Goreng Curah dengan Minyak Goreng Kemasan Bermerek Sunco. *Jurnal Fisika Edukasi*, 79.

- Greiszya Priskila, P. D. (2022). Analisis Bilangan Peroksida Dan Asam Lemak Bebas Pada Minyak Goreng Curah Tidak Bermerek Di Pasar Tradisional. *Jurnal Kimia dan Rekayasa*, 22.
- Hazen et al., A. K. (2022). KEWASPADAAN NASIONAL DALAM MENGHADAPI ANCAMAN KELANGKAAN MINYAK GORENG SEBAGAI BENTUK PERWUJUDAN BELA NEGARA. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(1), 993. doi:<https://doi.org/10.31316/jk.v6i1.2664>
- Hilman et al., S. G. (2022, Juli). Klasifikasi Kualitas Minyak Goreng berdasarkan Fitur Warna dan. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 6(7), 3270. Diambil kembali dari <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Huurin'iiin et al., W. R. (2024, Juli). Analisis Preferensi dan Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 10(2), 2329. Diambil kembali dari <https://jurnal.unigal.ac.id/mimbaragribisnis/article/download/14166/pdf>
- Khairunnisa Z, J. S. (2023). Gambaran Kadar Asam Urat pada Mencit yang Diinduksi Minyak Jelantah dengan Variasi Pemanasan. *Jurnal Ilmiah Manusia dan Kesehatan*, 143.
- Khoirul Mahmudah, V. N. (2020). Penetapan Kadar Asam Lemak Bebas (Alb) Pada Minyak Goreng Kemasan Dan Minyak Goreng Curah Dengan Perlakuan Berdasarkan Lama Waktu Pemanasan. *Jurnal Ilmu Farmasi*, 3.
- Liany Carolina Rambu Lika, S. S. (2023). Perbandingan Bilangan Asam Pada Sampel Minyak Goreng Kemasan dan Curah. *Indonesian Journal of Pharmaceutical Research*, 25.
- Mankiw, N. G. (2016). *Principles Of Economics (8th ed.)*. America: Cengage Learning .
- MOHD et al., N. P. (2020). PENGARUH PENDAPATAN PER BULAN, HARGA, JUMLAH TANGGUNGAN KELUARGA, DAN SELERA TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI MINYAK GORENGCURAH DI PASAR TRADISIONAL. *Agriprimatech*, 3(2), 91-93. doi:<https://doi.org/10.34012/agriprimatech.v3i2.925>
- Mohd. Nawi Purba, S. R. (2020). Pengaruh Pendapatan Per Bulan, Harga, Jumlah Tanggungan Keluarga, dan Selera Terhadap Keputusan Membeli Minyak Goreng Curah Di Pasar Tradisional. *Agriprimatech*, 92.
- Nasution, M. P. (2020). Pengaruh Pendapatan, Harga dan Merek (Bimoli dan Filma) Terhadap Jumlah Minyak Goreng yang Dibeli (Studi Kasus : Ibu- ibu Rumah Tangga Kecamatan Kuala Simpang). *Agriprimatech*, 26.
- Nita Noriko, D. E. (2012). Analisis Penggunaan dan Syarat Mutu Minyak Goreng pada Penjaja Makanan di Food Court UAI. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Sains dan Teknologi*, 148.
- Nurul Jannah, Y. L. (2024). Analisis Perbandingan Kualitas Minyak Goreng Berdasarkan Parameter Asam Lemak Bebas. *Indonesian Journal of Pharmacy and Natural Product*, 16-20.

- Philip Kotler, G. A. (2018). *Principles Of Marketing (17th ed.)*. Pearson Education.
- Putrisina Tarigan, D. B. (2020). Pengaruh Pendapan Per Bulan, Harga, Jumlah Tanggungan Keluarga , dan Selera Terhadap Keputusan Membeli Minyak Goreng Bimoli. *Jurnal Insitusi Politeknik Ganesha Medan*, 64.
- Rengga, W. D. (2020). *Karbon aktif: perpanjangan masa pakai minyak goreng*. Yogyakarta: Deepublish. Dipetik 04 25, 2025, dari <https://repository.deepublish.com/id/publications/593759/karbon-aktif-perpanjangan-masa-pakai-minyak-goreng>
- Sugiyono, D. (. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumual et al., D. T. (2024). Analisis Kebijakan Subsidi Pemerintah dan Upaya Mengatasi Kegagalan Pasar Komoditas Minyak Goreng. *Diversity: Journall Ilmialh Palscalsalrjalna*, 4(3), 196-197. doi:<https://doi.org/10.32832/djip-uika.v4i3.15575>
- Walter Nicholson, C. S. (2017). *Microeconomic Theory: Basic Principles and Extensions (12th ed.)*. Boston: Cengage Learning .
- Wenny et al., O. S. (2023). Analisis Kimia Minyak Goreng Bekas Pedagang Gorengan Dengan Metode. *Jurnal Diskursus Ilmiah Kesehatan*, 1(2), 80. doi:10.56303/jdik.v1i2.161
- Widya et al., F. P. (2023, Oktober). Analisis Kadar Asam Lemak Bebas dan Colour untuk Pengendalian Mutu Minyak Goreng di PT.X. *Junal Ilmiah Teknik Industri Prima*, 7(1), 20. Diambil kembali dari <https://jurnal.unprimdn.ac.id/index.php/juriti/article/download/4323/2693/1705>