

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMSI MINYAK GORENG  
KEMASAN OLEH RUMAH TANGGA DI KABUPATEN TASIKMALAYA**

**Dea Mustafiani<sup>1</sup>, Siti Syarifah<sup>2</sup>, Hisam Farid<sup>3</sup>, Robi Tiarahman<sup>4</sup>**

<sup>1234</sup>Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi, Tasikmalaya, Indonesia

Email: [deamustafiani@gmail.com](mailto:deamustafiani@gmail.com)

**ABSTRAK**

*Analisis preferensi konsumsi minyak goreng kemasan oleh rumah tangga di kabupaten tasikmalaya Metode dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data diambil dari wawancara tidak terstruktur kepada informan. Wawancara tidak terstruktur merupakan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap subjek penelitian secara bebas tidak terstruktur, hanya berpedoman pada garis besar masalah penelitian yang sedang diteliti faktor yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih minyak goreng diantaranya merek, harga, kualitas, kemasan, serta promosi. Merek yang banyak digunakan oleh rumah tangga Kabupaten Tasikmalaya ini yaitu Minyak Kita, Sania, Rizki, Tropical, dan minyak Fitri. Konsumen biasanya mempertimbangkan harga yang ditawarkan oleh masing-masing minyak tersebut karena harga yang dipilih konsumen yaitu berkisar 10.000 sampai 17.000 per liternya. Minyak goreng yang beredar di pasaran saat ini sudah banyak dari berbagai jenis merek yang ada sehingga konsumen diberikan kesempatan untuk memilih produk minyak goreng kemasan yang lebih luas lagi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumsi minyak goreng kemasan oleh rumah tangga di Kabupaten Tasikmalaya. Analisis ini penting dilakukan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih minyak goreng kemasan, sehingga dapat membantu para pelaku usaha dalam memasarkan produknya secara lebih efektif.*

*Kata Kunci: Preferensi; Konsumsi; Minyak goreng; Rumah tangga*

**ABSTRACT**

*Analysis of consumption preferences for packaged cooking oil by households in Tasikmalaya district. The method in this research uses a descriptive method with a qualitative approach. Data collection techniques were taken from unstructured interviews with informants. Unstructured interviews are interviews conducted by researchers on research subjects in a free and unstructured manner, only guided by the outline of the research problem being studied. Factors that can influence consumer preferences in choosing cooking oil include brand, price, quality, packaging and promotion. The brands that are widely used by Tasikmalaya Regency households are Minyak Kita, Sania, Rizki, Tropical, and Oil Fitri. Consumers usually consider the price offered by each oil because the price chosen by consumers is around 10,000 to 17,000 per liter. There are currently many cooking oils circulating on the market from various brands, so consumers are given the opportunity to choose a wider range of packaged cooking oil products. This research aims to analyze consumption preferences for packaged cooking oil by households in Tasikmalaya Regency. This analysis is important to carry out to understand the factors that influence consumer preferences in choosing packaged cooking oil, so that it can help business actors market their products more effectively.*

*Keywords: Preference; Consumption; Cooking oil; Household*

## PENDAHULUAN

Secara geografis, Indonesia terletak pada garis khatulistiwa sehingga menjadi keuntungan bagi Indonesia khususnya pada sektor pertanian, salah satunya kelapa sawit. Kelapa sawit merupakan salah satu komoditi yang memiliki keunggulan bagi sektor pertanian serta dapat dikategorikan ke dalam kelompok komoditi yang memberikan pengaruh dalam pembangunan perekonomian nasional. Adanya komoditi kelapa sawit sangat mendorong perekonomian di berbagai daerah juga, menciptakan banyak peluang kerja, serta menjadi menunjang devisa terbesar bagi negara. Indonesia merupakan negara penghasil minyak kelapa sawit terbesar di dunia sehingga mampu melakukan kegiatan ekspor hingga ke pasar internasional (Jusuf et al., 2023).

Minyak goreng merupakan kebutuhan pokok dan merupakan salah satu bagian dari Sembilan bahan pokok yang banyak dibutuhkan oleh rumah tangga bahkan sampai industri olahan makanan. Jumlah konsumsi minyak goreng senantiasa menunjukkan peningkatan yaitu bertambahnya sekitar 2% setiap tahunnya (Siti Ayu Larasati et al., 2022). Keputusan Menteri Industri dan Perdagangan No. 115/MPP/KEP/2/2998 menyatakan bahwa yang termasuk Sembilan bahan pokok tersebut diantaranya yaitu beras; sagu dan jagung; sayuran dan buah-buahan; daging sapi; daging ayam dan ikan; gula pasir; minyak goreng dan margarin; susu; telur; minyak tanah atau gas elpiji; serta garam. Berdasarkan keputusan Menteri tersebut, minyak goreng merupakan suatu komoditas yang strategis untuk diperjualbelikan dan banyak dibutuhkan oleh rumah tangga (Ivan's & Novita, 2022).

Menjadi kebutuhan pokok, minyak goreng merupakan suatu kebutuhan yang perlu diperhatikan dalam penggunaannya jangan sampai terjadinya kelangkaan. Tahun 2022 menjadi tahun sejarah bagi perkembangan minyak goreng di mana terjadinya peningkatan permintaan terhadap minyak goreng tetapi permintaan tersebut tidak dapat dipenuhi oleh penawaran sehingga terjadinya kelangkaan yang menyebabkan harga minyak pada saat itu mengalami kenaikan di pasaran bahkan sampai terjadinya kekosongan persediaan minyak goreng. Kelangkaan juga dapat terjadi karena adanya permintaan yang cukup besar di pasar global tetapi ketersediaan yang ada sebagiannya dialihkan untuk kegiatan ekspor (Ivan's & Novita, 2022).

Kenaikannya harga minyak goreng yang disebabkan salah satunya karena kelangkaan menjadi suatu masalah bagi para rumah tangga yang ada bahkan bagi industri olahan makanan akan menjadi masalah besar dengan adanya kenaikan harga pada bahan bakunya. Terjadinya kenaikan harga minyak goreng membuat resah sehingga pemerintah melalui Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 6 Tahun 2022 mengeluarkan kebijakan yang berisi Harga Eceran Tertinggi (HEC) minyak goreng sawit. Minyak goreng sawit dapat digolongkan menjadi tiga jenis diantaranya minyak goreng curah, minyak goreng kemasan sederhana, serta minyak goreng kemasan premium. Adanya kebijakan tersebut diharapkan dapat menjadi solusi bagi keresahan para rumah tangga atau yang lainnya dari fenomena tingginya harga minyak goreng (Ivan's & Novita, 2022).

Perilaku konsumen dalam mengkonsumsi minyak goreng dapat dinilai dari beberapa hal, terlebih pada pembelian minyak goreng kemasan yang memiliki atribut, adanya merek yang bervariasi, harga, serta pada jenis kemasan yang berbeda-beda. Hal tersebut akan menjadi pertimbangan dalam keputusan pembelian konsumen terhadap minyak goreng kemasan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang menjadi dasar dan menjadikan konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Konsumen akan mempertimbangkan barang yang akan dibelinya terlebih dahulu misalnya dilihat dari harga, model, bentuk, kualitas, kemasan, serta fungsi atau kegunaan dari barang tersebut sebelum memutuskan pembelian terhadap suatu barang (Ivan's & Novita, 2022). Menurut Pindyck dan Rubinfeld perilaku konsumen didasarkan pada teori perilaku konsumen yang menggambarkan bagaimana konsumen mengalokasikan pendapatannya diantara berbagai barang dan jasa yang ada untuk memaksimalkan kepuasan mereka atau kesejahteraan mereka. Salah satu langkah untuk mengetahui atau memahami perilaku konsumen yaitu dengan preferensi konsumen. Preferensi konsumen ini menjadi Langkah awal dalam menggambarkan alasan-alasan konsumen dalam memilih barang (Fitri Andriani & Hendra Setiawan, 2020).

Sulistyo dan Berlianingsih menyebutkan bahwa preferensi dapat diartikan sebagai kecenderungan subjek yang menetap untuk tertarik pada sesuatu dan merasa senang karena telah memelilihnya (Saputri, 2020). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer, preferensi diartikan hal lebih menyukai, pilihan, kesukaan, perilaku khusus yang diberikan kepada seseorang langgan. Adapun dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan preferensi yaitu pilihan, kecenderungan, kesukaan, atau hak untuk didahulukan dan diutamakan dari pada yang lain. Preferensi konsumen merupakan pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk yang dikonsumsinya. Preferensi konsumen juga merupakan nilai-nilai yang diperhatikan konsumen

dalam menentukan sebuah pilihan (Putri Arifiani, 2019). Preferensi konsumen adalah kesukaan, pilihan atau sesuatu hal yang lebih disukai konsumen terhadap suatu produk. Pemahaman tentang preferensi konsumen sangat penting dalam proses pengambilan keputusan untuk produsen atau pemasar. Preferensi konsumen dapat diketahui dengan mengukur nilai tingkat kegunaan dan nilai kepentingan relatif setiap atribut, seperti atribut harga, warna, lama kesegaran dari minyaknya, kualitas minyaknya, serta kemasan dari minyaknya (Fajarani et al., 2021).

Minyak goreng yang beredar di pasaran saat ini sudah banyak dari berbagai jenis merek yang ada sehingga konsumen diberikan kesempatan untuk memilih produk minyak goreng kemasan yang lebih luas lagi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis preferensi konsumsi minyak goreng kemasan oleh rumah tangga di Kabupaten Tasikmalaya. Analisis ini penting dilakukan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih minyak goreng kemasan, sehingga dapat membantu para pelaku usaha dalam memasarkan produknya secara lebih efektif.

## **METODE PENELITIAN**

Metode dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data diambil dari wawancara tidak terstruktur kepada informan. Wawancara tidak terstruktur merupakan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap subjek penelitian secara bebas tidak terstruktur, hanya berpedoman pada garis besar masalah penelitian yang sedang diteliti (Hafni Sahir, 2021). Penelitian ini dilakukan di Kampung Kadunenggang yang berada di Desa Sukamanah, Kabupaten Tasikmalaya yang merupakan salah satu kampung yang tidak terlepas dari penggunaan minyak goreng dalam kehidupan sehari-harinya baik bagi rumah tangga ataupun pelaku usaha olahan makanan. Informan dipilih dengan mempertimbangkan kriteria yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti umur, tingkat pendapatan, serta yang dapat memahami topik penelitian, dan orang yang bersedia diwawancara tanpa ada paksaan. Dilakukannya teknik ini dapat mengumpulkan informasi yang nantinya ditelaah dan dianalisis secara mendalam oleh peneliti sehingga menghasilkan hasil yang diinginkan. Adapun informan pada penelitian ini diantaranya:

1. Ibu Dewi Marliani umur 41 sehingga matang dalam membuat keputusan pembelian, profesi sebagai ibu rumah tangga.
2. Ibu Lilis Sugianti umur 65 tahun sehingga matang dalam membuat keputusan pembelian, profesi sebagai pensiunan dengan tingkat pendapatan di atas satu juta.
3. Ibu Rohimah umur 56, sehingga matang dan memiliki banyak pengalaman terkait penggunaan minyak goreng yang baik untuk dikonsumsi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil wawancara yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh hasil bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih minyak goreng diantaranya merek, harga, kualitas, kemasan, serta promosi. Merek yang banyak digunakan oleh rumah tangga Kabupaten Tasikmalaya ini yaitu Minyak Kita, Sania, Rizki, Tropical, dan minyak Fitri. Konsumen biasanya mempertimbangkan harga yang ditawarkan oleh masing-masing minyak tersebut karena harga yang dipilih konsumen yaitu berkisar 10.000 sampai 17.000 per liter. Kualitas juga menjadi pertimbangan dari konsumen dalam memilih minyak misalnya dilihat dari kejernihan, rasa, serta aroma dari minyak goreng itu sendiri. Dalam memilih minyak goreng, konsumen juga memperhatikan kemasannya, akan tetapi preferensi terhadap kemasan yang dipilih konsumen berbeda sesuai dengan kebutuhannya, ada yang lebih memilih kemasan plastik karena dianggap lebih praktis dan ringan tetapi ada juga lebih memilih kemasan botol karena lebih mudah digunakan dan tidak berceceran. Selain itu, promosi juga menjadi preferensi konsumen dalam pemilihan minyak, banyaknya hadiah, diskon, dan promosi iklan menjadi preferensi bagi konsumen rumah tangga di Kabupaten Tasikmalaya.

Berdasarkan faktor yang telah disebutkan di atas itu, pemilihan merek menjadi salah satu preferensi konsumen dalam pemilihan minyak goreng yang digunakan dalam kehidupan sehari-harinya. Merek minyak goreng di Kabupaten Tasikmalaya didominasi oleh minyak goreng dengan merek Minyakita dan juga Minyak Rizki. Konsumen memilih merek tersebut karena merek dari minyak tersebut memiliki harga yang terjangkau oleh banyak orang. Harga merupakan faktor yang menjadi pertimbangan juga bagi konsumen karena minyak goreng termasuk kebutuhan pokok yang dikonsumsi secara rutin dalam kehidupan sehari-hari.

Dalam hal ini, preferensi memiliki beberapa indikator yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih suatu produk, diantaranya (Satti Manglo et al., 2021):

- 1) Halal (*permissible in Islam*), label halal merupakan hal yang penting bagi konsumen, khususnya konsumen muslim. Konsumen akan memilih produk dari minyak yang memiliki label halal karena mengingat minyak merupakan bahan dasar yang paling penting dalam hal pengolahan makanan, sehingga label halal menjadi faktor yang diperhatikan.
- 2) *Price*, harga yang sesuai dengan yang didapatkan menjadi preferensi konsumen dalam memilih produk. Konsumen akan memilih minyak yang menawarkan harga khusus seperti adanya diskon harga, harga khusus merupakan unsur penting untuk pelanggan dalam membeli minyak. Sehingga penentuan harga mempengaruhi preferensi pelanggan untuk memilih minyak.
- 3) *Quality of service*, kualitas pelayanan yang baik merupakan hal yang diinginkan konsumen. Pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan konsumen sehingga dapat juga membentuk loyalitas konsumen. Kualitas pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor preferensi pelanggan dalam memilih lokasi.
- 4) *Branding*, nama atau merek dari minyak dapat menciptakan petunjuk mengenai apa yang dapat diharapkan dari rasa makanan nantinya. Merek dapat mengembangkan citra spesifik yang dapat memberikan suatu keunggulan kompetitif karena orang lebih cenderung membeli produk yang memiliki merek terkenal dan dihormati. Memiliki merek minyak memiliki reputasi/popularitas restoran yang baik akan menambah keinginan konsumen untuk memutuskan menggunakan minyak tersebut.
- 5) *Quality of food*, kualitas dengan standar terbaik dan cita rasa yang sesuai dengan lidah konsumen membuat *quality of food* pelanggan dalam menentukan restoran yang dipilih. Kualitas minyak dinilai sebagai atribut yang mempengaruhi keputusan paling penting dalam perilaku pilihan konsumen.

Preferensi pelanggan juga dapat dipahami sebagai sikap pelanggan yang menginginkan suatu barang atau jasa berdasarkan kemampuan yang dimiliki untuk memberikan nilai kepuasan terhadap apa yang dibeli atau yang ditawarkan, sehingga orang yang menginginkan barang atau jasa telah mempunyai sikap perilaku pembelian. Sebuah preferensi konsumen ada beberapa indikator diantaranya yaitu (Bintarti et al., 2021):

- 1) Faktor Lingkungan, perilaku konsumen di dalam lingkungan yang kompleks akan dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti:
  - a. Budaya, merupakan sejumlah nilai, kepercayaan dan kebiasaan yang digunakan untuk menunjukkan perilaku konsumen langsung dari kelompok masyarakat tertentu).
  - b. Kelas sosial, merupakan istilah umum yang digunakan untuk menunjukkan tingkatan-tingkatan orang didalam suatu masyarakat dengan anggota masyarakat lain. Tingkatan ini nantinya akan menghasilkan suatu hirarkis berupa kelompok status sosial yang tinggi dan rendah.
  - c. Pengaruh pribadi, karakteristik pribadi juga mempengaruhi keputusan pembelian, seperti usia dan jenjang kehidupan, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, kondisi ekonomi dan gaya hidup.
- 2) Faktor psikologis, faktor ini adalah proses pengolahan informasi, pembelajaran dan perubahan sikap atau perilaku yang terdiri dari:
  - a. Motivasi dan keterlibatan, digambarkan sebagai suatu kekuatan yang mana individu didorong untuk melakukan suatu tindakan. Dorongan kekuatan itu dihasilkan melalui proses rangsangan yang kuat dari kebutuhan yang tidak terpenuhi. Individu dalam hal ini akan berusaha untuk memenuhi kebutuhan itu melalui pembentukan perilaku yaitu bekerja keras memenuhi kebutuhan yang tidak terpenuhi tadi.
  - b. Persepsi, merupakan proses yang digunakan oleh seorang individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasikan masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.
  - c. Proses belajar atau pengetahuan, disaat orang bertindak, mereka bertambah pengetahuannya. Pembelajaran meliputi perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.
  - d. Kepercayaan, demografi dan sikap, melalui bertindak dan belajar, orang mendapatkan keyakinan dan sikap, sehingga akan mempengaruhi perilaku pembelian mereka. Keyakinan adalah gambaran pemikiran yang di anut oleh seseorang tentang suatu hal. Tahap preferensi yang dimiliki oleh konsumen terhadap sebuah produk, adalah awal dari

tahap loyalitas konsumen terhadap produk tersebut. Sehingga perusahaan harus mempelajari bagaimana cara menimbulkan rasa preferensi tersebut di dalam diri.

Indikator-indikator tersebut yang akan menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih minyak. Berdasarkan penelitian yang ditulis oleh Muhammad Febri Abimanyu dalam jurnalnya, beliau menyatakan bahwa indikator yang menjadi preferensi konsumen minyak goreng kemasan diantaranya yaitu, harga per liternya, memiliki warna kuning keemasan, konten label kemasan mencantumkan tanggal kadaluarsa serta terdapat informasi dan promosi pada tempat pembelian dan ukuran. Dalam hal ini, konsumen mempertimbangkannya secara berurutan dalam pembelian minyak gorengnya seperti dilihat dari harga per liter, ukuran, informasi dan promosi, kemasan, merek, warna minyak goreng, konten label kemasan (Febri Abimanyu et al., 2024).

Konsumen semakin sadar akan pentingnya kualitas dari minyak goreng yang dikonsumsi dalam setiap harinya karena apa yang kita konsumsi akan berdampak pada kesehatan kita nantinya. Konsumen memilih minyak goreng dengan merek minyak Kita dengan minyak Rizki karena minyak tersebut dianggap memiliki kualitas yang cukup baik dengan harga yang mudah dijangkau. Dalam memilih minyak goreng, konsumen juga memperhatikan kejernihan, rasa, serta aroma yang dihasilkan minyak tersebut karena minyak yang memiliki kualitas yang baik akan menghasilkan makanan yang baik serta tidak menimbulkan dampak negatif bagi kesehatan.

Ukuran kemasan yang dipilih oleh konsumen di Kabupaten Tasikmalaya lebih memilih kemasan satu (1) liter karena dianggap lebih praktis dan sesuai dengan kebutuhan rumah tangga. Akan tetapi, ukuran kemasan yang dipilih tersebut sesuai dengan preferensi konsumen itu sendiri dan sesuai dengan keadaan ekonomi setiap individunya. Seperti yang dikatakan oleh Siska Puspita Sari, dkk dalam penelitiannya menyebutkan bahwa jumlah tanggungan keluarga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian minyak goreng. Semakin banyak tanggungan, maka jumlah pembelian akan semakin meningkat. Hal ini berkaitan dengan usaha pemenuhan akan kecukupan kebutuhan setiap individu. Jumlah anggota keluarga menentukan jumlah kebutuhan keluarga. Semakin banyak anggota keluarga berarti semakin banyak jumlah kebutuhan keluarga yang harus dipenuhi (Puspita Sari et al., 2022). Promosi juga menjadi salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih minyak yang digunakannya. Promosi yang menarik dapat mendorong konsumen untuk membeli minyak goreng kemasan, terutama bagi mereka yang sensitif terhadap harga.

Pemahaman terhadap preferensi konsumen ini penting bagi para pelaku usaha minyak goreng kemasan dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen, para pelaku usaha dapat merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan produk minyak goreng mereka sendiri. Preferensi konsumen berperan penting bagi para pelaku usaha minyak goreng dalam menciptakan minyak goreng yang sesuai dengan permintaan konsumen. Konsumen akan cenderung lebih memilih minyak goreng yang memiliki harga terjangkau serta memiliki kualitas yang baik. Kemudahan didapat juga menjadi salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan jenis minyak yang akan dikonsumsi. Konsumen juga memilih merek minyak goreng di atas yaitu Minyakita dan Minyak Rizki karena mudah ditemukan baik di toko maupun di pasar terdekat. Hafidh Fahnel, dkk menyebutkan dalam penelitiannya yaitu bahwa konsumen lebih memilih minyak yang memiliki harga pasaran yang murah dibandingkan dengan minyak yang lainnya (Fahnel et al., 2023).

## **SIMPULAN**

Preferensi konsumen memiliki peran penting dalam keputusan pembelian minyak goreng. Preferensi rumah tangga yang ada di Kabupaten Tasikmalaya diantaranya dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya merek, harga, kualitas, kemasan, serta promosi. Merek yang banyak digunakan yaitu minyak goreng dengan merek Minyakita serta Minyak Rizki karena memiliki harga yang terjangkau serta memiliki kualitas yang cukup baik bagi kesehatan individu. Konsumen juga memperhatikan kemasan yang dipilihnya dalam memilih minyak goreng yang digunakan dalam kehidupan sehari-harinya. Promosi juga berperan penting dalam preferensi konsumen karena dengan adanya promosi seperti potongan harga dan yang lainnya akan lebih dipilih oleh rumah tangga.

## REFERENSI

- Bintarti, S., Aryandhana Mulyana Haris, D., & Hidayatullah, R. (2021). Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Masyarakat Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Syariah Di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(2), 191–206. <https://doi.org/10.37366/jespb.v6i02.247>
- Fahnel, H., Maharani, M., Ratna Sari, D., & Ayu Nofirda, F. (2023). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan pada Toko Sembako di Pekanbaru (Studi Kasus Pada Toko Acin Harian). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 31548–31557.
- Fajarani, E., Wildayana, E., & Elysa Putri, N. (2021). Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Organik di Supermarket Diamond Kota Palembang. *Jurnal KaliAgri*, 2(1), 38–50. <https://jurnal.uss.ac.id/index.php/kaliagri/article/view/193>
- Febri Abimanyu, M., Azis, Y., & Dewi Yanti, N. (2024). Analisis Preferensi Konsumen dalam Membeli Minyak Goreng Kemasan Bermerek di Kecamatan Pelaihari. *Frontier Agribisnis*, 8(1), 119–128. <https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/fag>
- Fitri Andriani, N., & Hendra Setiawan, A. (2020). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Penggunaan Produk Skincare Korea selatan dan Lokal. *Dipenegoro Journal of Economics*, 9(4), 1–8. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/dje>
- Hafni Sahir, S. (2021). *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia. [www.penerbitbukumurah.com](http://www.penerbitbukumurah.com)
- Ivan's, E., & Novita. (2022). Analisis Preferensi Konsumen Pada Minyak Goreng Kemasan (Studi Kasus Di Kecamatan Purbolinggo Lampung Timur). *Jurnal KaliAgri*, 3(2), 31–42. <https://jurnal.uss.ac.id/index.php/kaliagri/article/view/411>
- Jusuf, C. I., Indriani, R., & Adam, E. (2023). Faktor Sosial Ekonomi Masyarakat dan Pola Konsumsi Minyak Goreng di Kelurahan Pulubala Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Membangun Desa Dan Pertanian (JIMDP)*, 8(6), 223–233. <https://doi.org/10.37149/jimdp.v8i6.549>
- Puspita Sari, S., Yuliati, E., Damayanti, S., & Shayida, H. (2022). Gambaran Pola Konsumsi Minyak Goreng Pada Rumah Tangga. *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu*, 4(1), 131–138.
- Putri Arifiani, M. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Pada Konsumen Toko Basmalah (Studi Pada Toko Basmalah Kota Pasuruan). *Doctoral Dissertation, Universitas Brawijaya*. <https://repository.ub.ac.id/id/eprint/174938/>
- Saputri, O. B. (2020). Preferensi Konsumen dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran Digital. *Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 17(2), 237–247. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA>
- Satti Manglo, B., Yusuf Saleh, M., & Suriani, S. (2021). *Preferensi Konsumen dalam Berbelanja*. CV. Berkah Utami.
- Siti Ayu Larasati, D., Nungki Chintia Putri, E., Kusuma, B., Anitasari, S., & Melina, R. (2022). Analisis Preferensi Konsumen dalam Membeli Minyak Goreng. *SENMEA: Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 7, 1008–1015. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/2528>