

PENGARUH KEBIJAKAN HARGA ECERAN TERTINGGI MINYAK GORENG TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

Esa Septian¹, Septi Wulandari²

^{1,2}Prodi Ilmu Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
Bojonegoro

Email : esaseptian28@gmail.com

Abstract

Fluctuations in cooking oil prices due to policy changes have triggered consumer unrest and prompted the government to set a Highest Retail Price (HET) to maintain people's purchasing power. This study aims to analyze the effect of the HET policy on consumer purchasing decisions in Tepas Village, Ngawi Regency. Using a quantitative explanatory approach with a causal-comparative survey design, data were collected through questionnaires to 40 respondents selected using the Accidental Sampling technique. Measurements used a 5-point Likert scale and were analyzed through descriptive tests, normality, Pearson correlation, simple linear regression, and one-sample t-tests using JASP. The results showed that HET had a very strong and significant effect on purchasing decisions ($r = 0.950$; $p < 0.001$; $R^2 = 0.902$). Consumers tend to continue buying cooking oil when they feel the price is stable, certain, and affordable. These findings support the theory of consumer behavior and strengthen previous research related to staple food price policies. This study has limitations in terms of coverage and number of respondents. Further research suggests expanding the location, increasing the number of samples, and using a mixed approach to explore the psychological and socio-cultural factors that influence purchasing decisions.

Keyword: Policy, Highest Retail Price (HET); Decision; Purchase; Consumer.

Pendahuluan

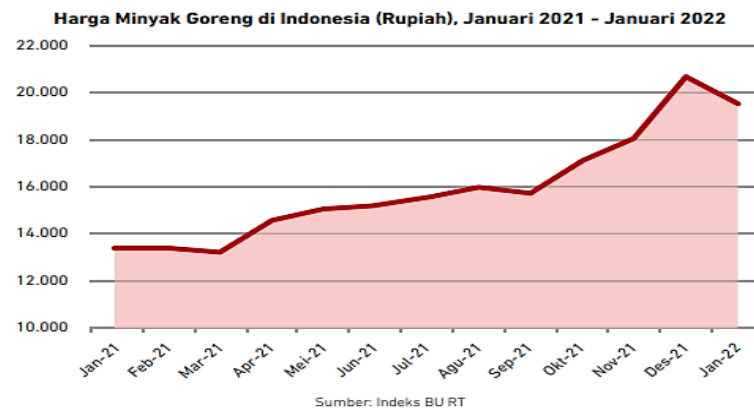
Seiring dengan ketidakpastian ekonomi global yang dipicu oleh berbagai faktor seperti konflik geopolitik, pandemi, dan fluktuasi harga bahan baku, kebijakan pemerintah sering kali diarahkan untuk melindungi daya beli masyarakat, terutama dalam hal kebutuhan pokok. Salah satu produk yang mendapatkan perhatian khusus adalah minyak goreng, yang merupakan komoditas utama dalam perekonomian, terutama di negara-negara berkembang seperti Indonesia. Kebijakan harga eceran tertinggi (HET) minyak goreng yang diperkenalkan oleh pemerintah Indonesia bertujuan untuk memastikan akses yang lebih baik bagi konsumen terhadap produk ini, sekaligus mengendalikan inflasi yang dapat berdampak pada keputusan pembelian (Sogen, 2023).

Dari sudut pandang global, harga minyak goreng sering kali dipengaruhi oleh harga minyak nabati lainnya, seperti minyak kedelai. Kenaikan harga komoditas ini berhubungan erat dengan fluktuasi di pasar minyak mentah, serta kondisi iklim yang dapat mempengaruhi hasil panen. Fenomena ini terlihat dari analisis yang menunjukkan bahwa harga minyak nabati, terutama minyak sawit, berkontribusi secara signifikan terhadap inflasi pangan, yang berujung pada pengaruh terhadap keputusan konsumsi masyarakat (BURETI & Olweny, 2023; Primadasa & Christata, 2023).

Di era globalisasi ini banyak terciptanya suatu produk yang memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia baik barang maupun jasa. Lingkungan bisnis bisa saja berubah secara cepat tidak terduga, oleh karena itu produsen dituntut untuk menciptakan produk yang tentunya memiliki keunggulan (Sulistyowati, 2019). Salah satu kebutuhan yang mendasar dan digunakan sehari-hari adalah minyak goreng. Minyak goreng merupakan salah satu kebutuhan pokok yang harus dimiliki oleh seseorang khususnya para ibu rumah tangga untuk membantu memenuhi kebutuhan pangan dalam kehidupannya. Saat ini pemerintah sedang dalam proses menjalankan sebuah kebijakan mengenai kelangkaan minyak goreng, dimana adanya fakta yang sedang beredar belakangan ini adalah ketika kelangkaan minyak mulai muncul disertai dengan berita simpang siur yang cenderung membuat kaum ibu rumah tangga cenderung kesulitan untuk memahaminya.

Kelangkaan minyak goreng yang ada di pasaran terjadi sejak pemerintah membuat kebijakan diberlakukannya subsidi harga minyak goreng Rp14.000 per liter, pada 19 Januari lalu. Kemudian Per 1 Februari, pemerintah menetapkan HET, masing-masing untuk minyak goreng curah Rp11.500, minyak goreng kemasan sederhana Rp13.000, dan minyak goreng kemasan premium Rp14.000. Pemerintah kembali menerapkan kebijakan baru mengenai

minyak goreng. Dalam kebijakan ini pemerintah mencabut penetapan HET minyak kemasan yang semula Rp 14.000 per liter dan harga akan diserahkan ke mekanisme pasar.



Gambar 1. Harga Minyak Goreng per Januari 2021-2022
Sumber: Data sekunder, 2025

Gambar di atas merupakan hasil statistik kenaikan harga minyak mulai dari Januari 2021 hingga Januari 2022, terlihat sejak diterapkannya kebijakan baru tentang HET minyak goreng kemasan, di ritel modern harga minyak goreng mengalami kenaikan drastis dari harga sebelumnya. Saat itu harga minyak goreng kemasan mencapai Rp 25.000 per liter yang sebelumnya Rp 14.000 per liter. Sementara itu stok minyak goreng kemasan di ritel modern saat ini sudah kembali normal, tidak terlihat kekosongan di rak minyak goreng dan pembeliannya tidak lagi dibatasi. Padahal sebelum kebijakan ini diterapkan, keberadaan minyak goreng kemasan di ritel modern nyaris selalu kosong. Hal ini menyebabkan terjadinya *panic buying* yang terjadi di kalangan masyarakat terutama pada ibu rumah tangga (Suma, 2020).

Secara nasional, data menunjukkan bahwa pada akhir tahun 2021, harga minyak goreng mengalami lonjakan yang signifikan, mencapai Rp18.400 per kg. Peningkatan ini berkorelasi dengan kenaikan harga CPO yang mencapai Rp13.244 per kg pada Januari 2022, meningkat 77% dari tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan hubungan yang kuat antara harga CPO dan harga eceran minyak goreng yang diterima konsumen (Primadasa & Christata, 2023). Kebijakan pemerintah untuk menetapkan HET diharapkan dapat menormalkan harga tersebut dan memberikan stabilitas pada pasar, sehingga menghindari fluktuasi yang ekstrem yang berdampak pada daya beli rakyat (Sogen, 2023).

Di tingkat regional, situasi ini membuat produsen, pengecer, dan konsumen berada dalam kondisi yang saling bergantung. Penelitian di beberapa daerah telah menunjukkan bahwa kebijakan harga yang ditetapkan oleh pemerintah tidak selalu diiringi dengan penyesuaian

harga dari produsen, yang menciptakan disparitas antara harga yang diterapkan dan harga pasar (Arsyad et al., 2020). Selain itu, studi oleh Primadasa & Christata (2023) menunjukkan bahwa jika pemerintah tidak dapat mengendalikan harga secara efektif, maka dapat timbul permasalahan distribusi yang tidak merata di berbagai wilayah, terutama di daerah terpencil.

Sebelum adanya kebijakan mengenai HET minyak goreng yang muncul saat ini, penelitian yang membahas tentang minyak goreng sudah pernah dilakukan, namun memang tidak dilakukan pada baru-baru ini ketika kebijakat HET minyak goreng sedang simpang siur. Pada tahun 2009, penelitian tentang stabilisasi harga minyak pernah dilakukan, ketika beredarnya isu kenaikan harga bahan pokok khususnya kenaikan pada saat menjelang hari raya. Pada kurun waktu Januari 2000-Januari 2007, ditemukan 2 tahun terakhir harga minyak eceran telah menurun dengan estimasi harga sekitar Rp. 8.000,00 (Sunarta, 2010). Kemudian, penelitian lain tentang minyak goreng juga pernah dilakukan, dimana penelitian itu lebih menekankan pada dampak kebijakan domestik terhadap industri minyak goreng. Temuan yang dihasilkan dalam penelitian itu adalah bagaimana optimalisasi pajak ekspor dengan temuan bahwa pada saat harga CPO dunia meningkat, ekspor CPO juga akan meningkat dan berdampak terhadap peningkatan penerimaan devisa yang pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan pelaku industri minyak goreng (Ardana & M. Sinaga, 2005).

Fenomena yang terjadi saat ini menunjukkan adanya gap penelitian di bidang ini, mengingat banyaknya penelitian yang terfokus pada hubungan antara harga dan keputusan pembelian tanpa mempertimbangkan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi pasar minyak goreng (Pullar et al., 2018). Padahal, pemahaman yang lebih komprehensif tentang interaksi antara kebijakan harga, kondisi pasar, dan perilaku konsumen sangatlah penting untuk formulasi kebijakan yang efektif.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya stabilitas harga minyak goreng demi menjaga daya beli masyarakat, serta mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Pemerintah perlu memastikan bahwa kebijakan yang diambil tidak hanya efektif dalam jangka pendek tetapi juga berkelanjutan di masa depan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pembuat kebijakan dan pelaku pasar tentang dinamika harga dan perilaku konsumen yang dapat membantu dalam merumuskan strategi yang lebih baik di sektor pangan (Shankar et al., 2016; Sogen, 2023).

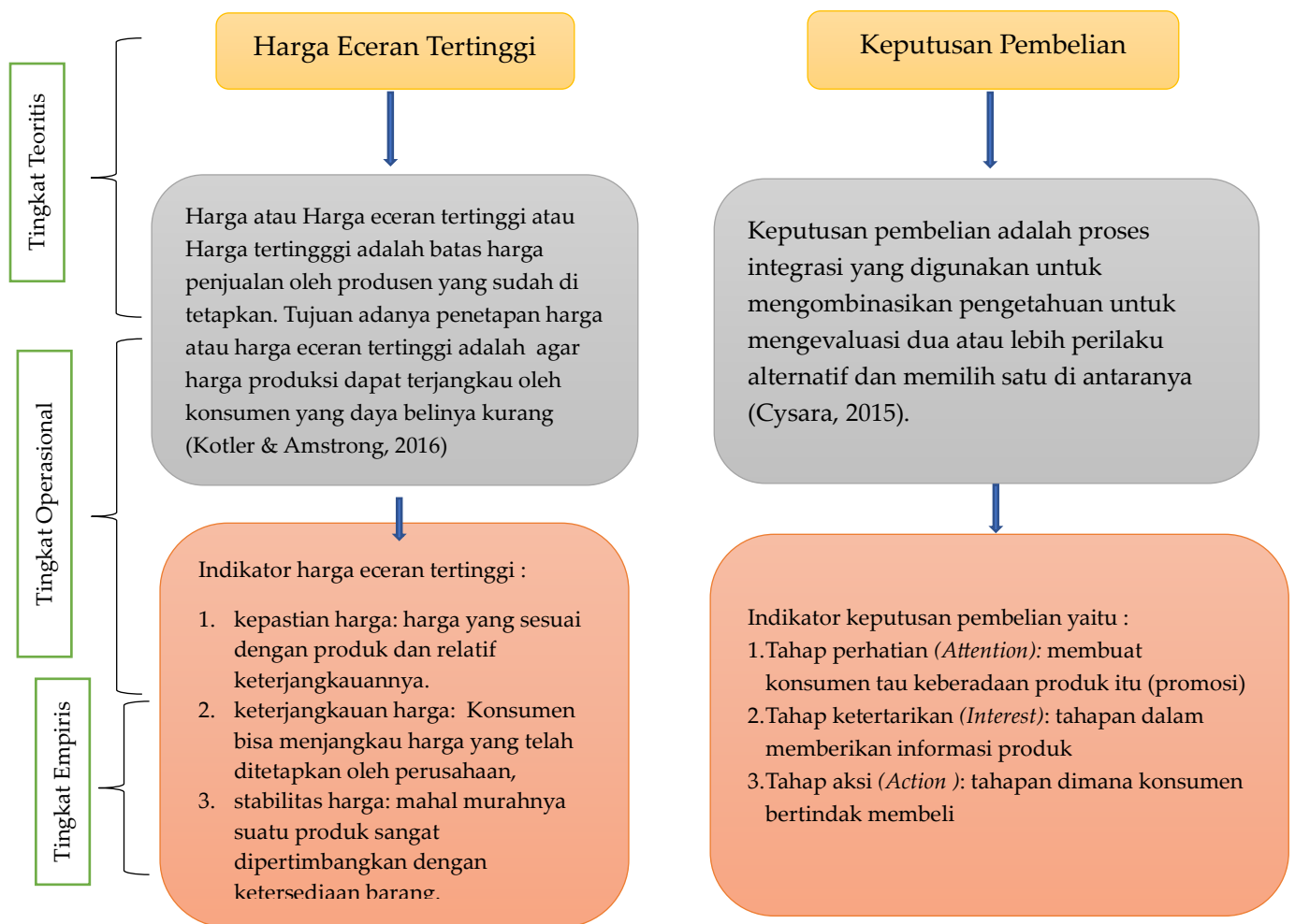
Dalam kesimpulannya, pengaruh kebijakan HET minyak goreng sangat berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen. Integrasi data global, nasional, dan regional, serta pemahaman fenomena-fenomena terkini, menyediakan dasar yang kuat untuk penelitian lebih lanjut di area ini. Penelitian ini tidak hanya menyediakan solusi jangka pendek tetapi juga dapat

memberikan arahan bagi kebijakan di masa depan guna menciptakan pasar yang lebih adil dan berkelanjutan bagi semua pihak yang terlibat.

Dari penelitian terdahulu yang disajikan di atas, minyak goreng sebagai bahan pokok seringkali mengalami harga yang naik turun tergantung kebijakan dan harga pasar serta ketersediaan yang ada. Pada penelitian yang disajikan di atas, mungkin masih terdapat beberapa yang belum diulas secara jelas. Misal, tidak dijelaskannya sebagaimana detail kebijakan yang ditetapkan pemerintah terkait harga minyak yang menyebabkan tidak stabil, kemudian kebijakan terkait domestik terhadap industri minyak goreng. Penelitian ini akan mengukur bagaimana pengaruh HET minyak goreng terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini penting untuk dilakukan, khususnya untuk melihat sejauh mana pengaruh HET terhadap pengambilan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori, yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel bebas dan variabel terikat melalui pengujian hipotesis secara statistik (Creswell, 2014). Jenis penelitian yang digunakan adalah survei kuantitatif kausal-komparatif, yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kebijakan HET terhadap keputusan pembelian oleh konsumen. Penelitian dilaksanakan di Desa Tepas, Kecamatan Geneng, Kabupaten Ngawi, yang dipilih karena merupakan lokasi yang terdampak langsung oleh fluktuasi harga minyak goreng dan aktif dalam kegiatan organisasi masyarakat, seperti PKK. Pengumpulan data dilakukan pada tanggal 22–23 Mei 2025, bertepatan dengan kegiatan warga yang memungkinkan pengambilan data secara langsung. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen rumah tangga di Desa Tepas yang melakukan pembelian minyak goreng. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*, dengan metode *accidental sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kebetulan atau siapa saja yang ditemui peneliti saat kegiatan berlangsung (Sugiyono, 2017). Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 40 orang, terdiri dari 22 responden yang mengisi kuesioner secara daring melalui *Google Form* dan 18 responden yang mengisi kuesioner secara langsung. Definisi operasional dan indikator dari masing-masing variabel dirangkum dalam gambar 2.



Gambar 2. Definisi Konseptuan dan Operasional
Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner tertutup dengan pernyataan yang dikembangkan dari masing-masing indikator variabel. Skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert 5 poin, dari 5 (Sangat setuju) hingga 1 (Sangat tidak setuju), yang dianggap efektif untuk mengukur sikap dan persepsi konsumen (Sugiyono, 2017; Sekaran & Bougie, 2016). Analisis data dilakukan dengan beberapa uji diantaranya Uji Statistik Deskriptif, uji normalitas, uji korelasi pearson, uji regresi linier sederhana dan uji T satu sampel yang dilakukan dengan tools JASP.

Ho: Diduga tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kebijakan harga eceran tertinggi terhadap keputusan pembelian konsumen

Ha: Diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kebijakan harga eceran tertinggi terhadap keputusan pembelian konsumen

Hasil dan Pembahasan

Uji Deskriptif Statistik

Tabel 1. Uji deskriptif statistik

Descriptive Statistics						
	Valid	Missing	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
HARGA ECERAN TERTINGGI (VX)	40	0	23.450	3.623	16.000	30.000
KEPUTUSAN PEMBELIAN (VY)	40	0	23.975	3.945	12.000	30.000

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 2, hasil analisis statistik deskriptif terhadap 40 responden, nilai rata-rata untuk variabel Harga Eceran Tertinggi (HET) sebesar **23.450** dengan standar deviasi **3.623**, sedangkan rata-rata untuk variabel Keputusan Pembelian sebesar **23.975** dengan standar deviasi **3.945**. Data tidak memiliki nilai *missing*, sehingga seluruh responden dapat digunakan dalam analisis lebih lanjut. Hal ini menunjukkan persepsi yang cukup tinggi terhadap kedua variabel yang diteliti.

Uji Korelasi Pearson

Tabel 2. Uji Korelasi Pearson

Pearson's Correlations			
Variable		HARGA ECERAN TERTINGGI (VX)	KEPUTUSAN PEMBELIAN (VY)
1. HARGA ECERAN TERTINGGI (VX)	Pearson's r	—	
	p-value	—	
2. KEPUTUSAN PEMBELIAN (VY)	Pearson's r	0.950 ***	—
	p-value	< .001	—

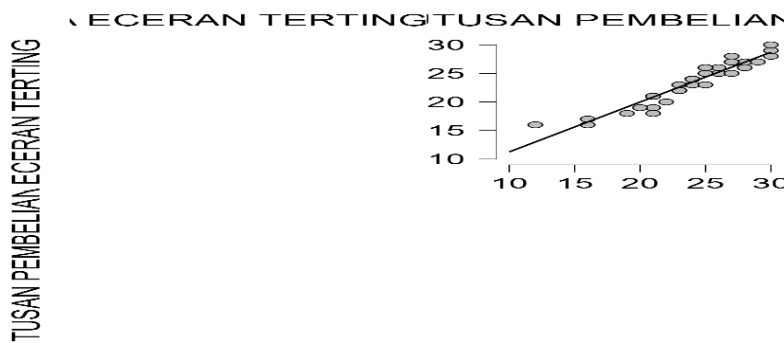
* p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Tabel 3. Assumption checks

Shapiro-Wilk Test for Bivariate Normality

	Shapiro-Wilk	p
HARGA ECERAN TERTINGGI (VX) - KEPUTUSAN PEMBELIAN (VY)	0.879	< .001

Tabel 4. Correlation plot



Pada tabel 3, Uji normalitas menggunakan Shapiro-Wilk Test menunjukkan bahwa variabel Harga Eceran Tertinggi ($W = 0.963$; $p = 0.211$) dan variabel Keputusan Pembelian ($W = 0.945$; $p = 0.051$) memiliki nilai $p > 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal, dan analisis parametrik dapat dilanjutkan.

Hasil uji korelasi Pearson menunjukkan nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0.950 dengan nilai signifikansi $p < 0.001$. Ini menunjukkan terdapat hubungan yang sangat kuat, positif, dan signifikan antara kebijakan harga eceran tertinggi dengan keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) yang menyatakan tidak ada pengaruh ditolak, dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Hasil ini sejalan dengan pendapat Kotler & Armstrong (2016) bahwa harga yang ditetapkan pemerintah akan memengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian, terutama dalam konteks kebutuhan pokok seperti minyak goreng.

Uji Regresi Linier

Tabel 4. Linear Regression

Model Summary - KEPUTUSAN PEMBELIAN (VY)				
Model	R	R ²	Adjusted R ²	RMSE
H ₀	0.000	0.000	0.000	3.945
H ₁	0.950	0.902	0.900	1.250

Tabel 5. Anova

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
H ₁	Regression	547.602	1	547.602	350.475	< .001
	Residual	59.373	38	1.562		
	Total	606.975	39			

Note. The intercept model is omitted, as no meaningful information can be shown.

Tabel 6. Koefisien

Coefficients					
Model		Unstandardized	Standard Error	Standardized	t p
H ₀	(Intercept)	23.975	0.624		38.436 < .001
H ₁	(Intercept)	-0.279	1.311		-0.213 0.833
	HARGA ECERAN TERTINGGI (VX)	1.034	0.055	0.950	18.721 < .001

Analisis regresi linear menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.902, yang berarti sebesar 90,2% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kebijakan harga eceran tertinggi. Sisanya sebesar 9,8% dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Berdasarkan nilai signifikansi $p < 0.001$, model regresi yang digunakan terbukti signifikan secara statistik. Koefisien regresi menunjukkan nilai positif ($B = 1.034$), yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan persepsi terhadap HET sebesar satu satuan akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 1.034 satuan.

Model regresi yang dihasilkan adalah: $Y = -0,279 + 1,034XY$

Artinya, meskipun konstanta memiliki nilai negatif dan tidak signifikan ($p = 0.833$), variabel HET tetap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian ($p < 0.001$).

Uji T Satu Sampel

Tabel 7. Uji T satu sampel

One Sample T-Test

	t	df	p
HARGA ECERAN TERTINGGI (VX)	40.937	39	< .001
KEPUTUSAN PEMBELIAN (VY)	38.436	39	< .001

Note. For the Student t-test, the alternative hypothesis specifies that the mean is different from 0.

Note. Student's t-test.

Tabel 8. Assumption Checks

Test of Normality (Shapiro-Wilk)		
	W	p
HARGA ECERAN TERTINGGI (VX)	0.963	0.211
KEPUTUSAN PEMBELIAN (VY)	0.945	0.051

Note. Significant results suggest a deviation from normality.

Uji t satu sampel dilakukan untuk menguji apakah rata-rata nilai variabel lebih besar dari nol secara signifikan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa:

- Harga Eceran Tertinggi: $t(39) = 40.937$; $p < 0.001$
- Keputusan Pembelian: $t(39) = 38.436$; $p < 0.001$

Dengan demikian, keduanya signifikan secara statistik dan menunjukkan bahwa persepsi terhadap HET dan keputusan pembelian konsumen berada pada tingkat yang cukup tinggi.

Pengaruh Kebijakan Harga Eceran Tertinggi Minyak Goreng Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan HET minyak goreng yang ditetapkan pemerintah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Semakin konsumen merasa harga yang ditetapkan pemerintah pasti, terjangkau, dan stabil, maka semakin tinggi kemungkinan mereka tetap melakukan pembelian meskipun terjadi fluktuasi pasar. Temuan ini mendukung teori perilaku konsumen, di mana keputusan pembelian dipengaruhi oleh persepsi harga dan ketersediaan barang (Kotler & Armstrong, 2016). Selain itu, hasil ini mengonfirmasi studi sebelumnya yang menyatakan bahwa perubahan kebijakan harga pemerintah dapat memengaruhi psikologis dan perilaku konsumsi rumah tangga (Sulistiyowati, 2019).

Kondisi *panic buying* yang sebelumnya terjadi saat harga minyak tidak stabil juga menjadi indikasi bahwa kebijakan harga memiliki peran sentral dalam pembentukan keputusan pembelian rasional. Kebijakan HET dapat memberikan rasa aman bagi konsumen dan mendorong keputusan pembelian yang konsisten. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan HET minyak goreng memiliki pengaruh yang sangat kuat, positif, dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Desa Tepas, Kecamatan Geneng, Kabupaten Ngawi. Nilai korelasi Pearson sebesar 0,950 dengan signifikansi $p < 0,001$, dan nilai koefisien determinasi ($R^2 = 0,902$) menegaskan bahwa persepsi terhadap kebijakan HET dapat menjelaskan lebih dari 90% variasi keputusan pembelian. Artinya, konsumen sangat sensitif terhadap kebijakan harga pemerintah, terutama pada komoditas pokok seperti minyak goreng.

Temuan ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2016), bahwa harga merupakan salah satu faktor penting dalam keputusan pembelian. Dalam konteks kebutuhan pokok, harga yang dianggap adil, stabil, dan sesuai dengan daya beli akan meningkatkan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian, bahkan dalam kondisi pasar yang fluktuatif. Penelitian ini juga mendukung hasil studi oleh Suma (2020) yang meneliti perilaku konsumen terhadap penjualan minyak goreng di Kota

Medan. Dalam penelitiannya, Suma menemukan bahwa harga dan ketersediaan merupakan dua variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli minyak goreng. Konsumen cenderung mencari harga terbaik dengan mempertimbangkan stabilitas pasokan dan kualitas produk. Lebih lanjut, penelitian Sulistyowati (2019) menunjukkan bahwa persepsi terhadap kualitas produk dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng kemasan. Dalam konteks itu, ketika harga dirasakan sesuai dengan kualitas dan terjangkau, konsumen tetap memilih untuk membeli meskipun terjadi kenaikan harga. Hal ini konsisten dengan hasil studi ini, bahwa persepsi keterjangkauan harga salah satu indikator HET merupakan aspek penting yang mendorong konsumen tetap membeli meski harga naik.

Temuan ini juga menguatkan studi dari Agustina dan Irwansyah (2017) mengenai penetapan HET beras. Mereka menyatakan bahwa penetapan HET oleh pemerintah bisa memberikan efek ganda: di satu sisi menjaga keterjangkauan harga oleh masyarakat, namun di sisi lain dapat memunculkan spekulasi dan ketidakpastian apabila mekanisme pasar tidak mendukung implementasi kebijakan tersebut. Dalam penelitian ini, persepsi stabilitas harga sebagai bagian dari indikator HET menjadi faktor penting dalam membentuk keputusan pembelian yang rasional di tengah gejolak harga minyak goreng di pasaran. Sementara itu, penelitian oleh Ardana dan Sinaga (2005) menekankan bahwa kebijakan domestik seperti HET dapat berdampak signifikan terhadap struktur industri minyak goreng dan perilaku pasar domestik. Dalam konteks makro, kebijakan ini memiliki efek lanjutan terhadap ketersediaan barang, margin keuntungan pelaku usaha, dan respons pasar terhadap harga. Temuan ini menegaskan bahwa HET tidak hanya memengaruhi perilaku industri, tetapi juga secara langsung berdampak pada perilaku konsumen akhir.

Studi ini juga memberikan penekanan terhadap pentingnya kejelasan informasi kebijakan di tengah situasi krisis atau kelangkaan barang. Fakta di lapangan menunjukkan bahwa kebingungan konsumen terhadap perubahan kebijakan (seperti pencabutan HET untuk kemasan premium dan penyerahan harga ke mekanisme pasar) dapat menyebabkan keresahan dan bahkan *panic buying*. Oleh karena itu, seperti diungkap oleh Creswell (2014), persepsi publik terhadap kejelasan kebijakan publik sangat menentukan sikap dan tindakan masyarakat dalam pengambilan keputusan, terutama dalam hal ekonomi rumah tangga.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kebijakan HET minyak goreng memiliki pengaruh yang sangat kuat, positif, dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Desa Tepas, Kecamatan Geneng, Kabupaten Ngawi. Hal ini dibuktikan melalui analisis statistik yang menunjukkan nilai korelasi Pearson sebesar 0,950 dan koefisien determinasi sebesar 0,902, yang berarti bahwa lebih dari 90% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh persepsi konsumen terhadap kebijakan HET. Konsumen yang merasakan kepastian, keterjangkauan, dan stabilitas harga cenderung lebih mantap dalam mengambil keputusan untuk tetap membeli minyak goreng, meskipun di tengah fluktuasi harga pasar. Temuan ini memperkuat teori perilaku konsumen dan mendukung hasil penelitian terdahulu yang menekankan pentingnya persepsi harga dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Namun demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, jumlah responden terbatas hanya 40 orang dan berada di satu lokasi, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasi secara luas. Kedua, pendekatan yang digunakan murni kuantitatif, sehingga tidak menggambarkan secara mendalam faktor-faktor psikologis dan sosial budaya yang juga dapat memengaruhi keputusan konsumen. Ketiga, waktu pengumpulan data yang sangat singkat, yaitu hanya dua hari, membuat hasil yang diperoleh bersifat situasional dan mungkin tidak mencerminkan perubahan dinamika yang terjadi dalam jangka waktu yang lebih panjang.

Saran/Rekomendasi

Rekomendasi penelitian selanjutnya dilakukan dengan cakupan wilayah yang lebih luas dan jumlah responden yang lebih besar untuk meningkatkan generalisasi hasil. Pendekatan metode campuran (*mixed methods*) juga dapat digunakan untuk menggali aspek-aspek kualitatif seperti persepsi keadilan harga dan motivasi konsumen. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat memasukkan variabel mediasi atau moderasi seperti loyalitas merek atau literasi keuangan untuk mengetahui pengaruh tidak langsung yang mungkin terjadi antara kebijakan harga dan keputusan pembelian. Studi longitudinal juga diperlukan agar perubahan persepsi dan perilaku konsumen terhadap kebijakan harga dapat dipantau secara berkelanjutan. Dengan demikian, hasil penelitian dapat memberikan kontribusi lebih komprehensif bagi perumusan kebijakan harga pangan yang lebih efektif dan berpihak pada kepentingan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, T., & Irwansyah. (2017). Peran Agenda Setting Media Massa Dalam Kebijakan Penetapan Harga Eceran Tertinggi (HET) Beras oleh Pemerintah. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, VII(2), 227–236.
- ARDANA, I. K., & M. SINAGA, B. (2020). Dampak Kebijakan Domestik Dan Perubahan Faktor Eksternal Terhadap Industri Minyak Goreng Indonesia. *Jurnal Penelitian Tanaman Industri*, 11(3), 112. <https://doi.org/10.21082/jlitri.v11n3.2005.112-122>
- Arsyad, M., Amiruddin, A., Suharno, S., & Jahroh, S. (2020). Competitiveness of palm oil products in international trade: an analysis between indonesia and malaysia. *Caraka Tani Journal of Sustainable Agriculture*, 35(2), 157. <https://doi.org/10.20961/carakatani.v35i2.41091>
- BURETI, B. and Olweny, T. (2023). Oil price volatility and economic performance in kenya: an analysis of the nairobi securities exchange index. *strategicjournals.com*, 10(2). <https://doi.org/10.61426/sjbcm.v10i2.2659>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Cysara, F. A. (2015). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat untuk Menjadi Nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Bandar Lampung*.
- Kotler, Amstrong. (2016) *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition England*. Pearson Education Limited
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Pearson Education Limited.
- Primadasa, R. and Christata, B. (2023). Interrelationship performance indicators model of agile supply chain management in palm oil industry. *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, 22(1), 1-8. <https://doi.org/10.25077/josi.v22.n1.p1-8.2023>
- Pullar, J., Allen, L., Townsend, N., Williams, J., Foster, C., Roberts, N., ... & Wickramasinghe, K. (2018). The impact of poverty reduction and development interventions on non-communicable diseases and their behavioural risk factors in low and lower-middle income countries: a systematic review. *Plos One*, 13(2), e0193378. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0193378>
- Shankar, B., Thaiprasert, N., Gheewala, S., & Smith, R. (2016). Policies for healthy and sustainable edible oil consumption: a stakeholder analysis for thailand. *Public Health Nutrition*, 20(6), 1126-1134. <https://doi.org/10.1017/s1368980016003037>
- Sogen, D. (2023). Implementation of competition law in cooking oil price trading for public interest. *Journal Research of Social Science Economics and Management*, 2(9). <https://doi.org/10.59141/jrssem.v2i09.438>

- Sulistyowati, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Kemasan Bimoli di Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember. [http://repository.unmuhjember.ac.id/3076/10/j.jurnal ayu.pdf](http://repository.unmuhjember.ac.id/3076/10/j.jurnal%20ayu.pdf)
- Suma, D. (2020). Analisa Perilaku Konsumen terhadap Penjualan Minyak Goreng di Pasar Simpang Limun di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Dewi*, 1(2), 1–10.