

ABSTRAK

SILVANY AFRILIANI HARYANA SUPARMAN. 2024. Komparasi Karakteristik Konsumen yang Berbelanja Minyak Goreng di Pasar Tradisional dan Pasar Modern Kecamatan Cihideung Kota Tasikmalaya. **Dibawah bimbingan Dini Rochdiani dan Agus Yuniawan Isyanto.**

Minyak goreng merupakan salah satu kebutuhan pokok masyarakat Indonesia sehingga pasokan minyak goreng harus terus tersedia dengan kualitas yang baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen dan komparasi karakteristik konsumen yang berbelanja minyak goreng di Pasar Rel Tasikmalaya (Pasar Tradisional) dan Asia Toserba Tasikmalaya (Pasar Modern). Jenis penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode survei. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang saat itu secara kebetulan ditemui di lokasi pembelian minyak goreng yaitu sebanyak 30 responden di Pasar Rel Tasikmalaya dan 30 responden di Asia Toserba Tasikmalaya. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis komparasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik konsumen di pasar tradisional rata-rata berusia 50 tahun, didominasi oleh konsumen jenis kelamin perempuan dengan jarak tempuh < 5 km, tingkat pendidikan SD, pekerjaan mayoritas ibu rumah tangga dengan pendapatan < Rp 1.000.000, maka konsumen minyak goreng di pasar tradisional dari kalangan menengah ke bawah. Sedangkan untuk konsumen minyak goreng di pasar modern rata-rata berusia 40 tahun, didominasi oleh konsumen jenis kelamin perempuan dengan jarak tempuh < 5 km, tingkat pendidikan SLTA, pekerjaan mayoritas wiraswasta/wirusaha dengan pendapatan Rp 3.000.000-Rp 4.999.999, maka konsumen minyak goreng di pasar modern dari kalangan menengah ke atas.

Kata kunci: Karakteristik Konsumen, Komparasi, Minyak Goreng, Pasar Modern, Pasar Tradisional.

ABSTRACT

SILVANY AFRILIANI HARYANA SUPARMAN. 2024. *Comparative Characteristics of Consumers Who Shop for Cooking Oil at Traditional Markets and Modern Markets, Cihideung District, Tasikmalaya City. Under guidance by Dini Rochdiani and Agus Yuniawan Isyanto.*

Cooking oil is one of the basic needs of Indonesian people so the supply of cooking oil must continue to be available with good quality. This study aims to determine the characteristics consumer characteristics and compare the characteristics of consumers who shop for cooking oil at Pasar Rel Tasikmalaya (Traditional Market) and Asia Toserba (Modern Market). This type of research includes qualitative descriptive research using survey methods. The sampling technique in this research is accidental sampling. The respondents in this research were consumers who were coincidentally found at the cooking oil shopping location, namely 30 respondents at the Pasar Rel Tasikmalaya and 30 respondents at the Asia Toserba Tasikmalaya. The analysis used in this research is comparative analysis. The results of the research show that the characteristics of consumers in the traditional market are an average of 50 years old, dominated by female consumers with a distance of < 5 km, elementary school education level, the majority of occupations are housewives with an income of < 1,000,000 rupiah, then oil consumers fried food at the traditional market from the lower to middle class. Meanwhile, consumers of cooking oil in modern market are on average 40 years old, dominated by female consumers with a distance of < 5 km, high school education level, the majority of jobs are self-employed/self-employed with an income of 3,000,000-4,999,999 rupiah, so consumers of cooking oil at modern market are from the middle to upper class.

Keywords: Comparative, Consumer Characteristics, Cooking Oil, Modern Market, Traditional Market.