

## ABSTRAKSI

Kondisi persaingan yang semakin ketat pada semua bidang akan menuntut semua pihak yang memproduksi barang-barang konsumsi untuk selalu mengikuti perubahan kondisi pasar yang cepat. Begitu pula pada sektor industri minyak goreng. Untuk itu produsen minyak goreng terus melakukan pengamatan terhadap konsumen dan mengambil tindakan seperlunya untuk meningkatkan jumlah konsumennya yang nantinya akan dapat meningkatkan jumlah penjualannya. Untuk dapat mempertahankan jumlah konsumennya maka produsen harus dapat mengetahui pertimbangan apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihannya. Demikian juga dengan perusahaan minyak goreng Tjipto yang terletak di kota Blitar, yang memiliki masalah dari tahun ke tahun selalu mengalami penurunan penjualannya.

Studi ini dilakukan dengan berdasar pada pertimbangan di atas. Adapun tujuan yang ingin dicapai adalah untuk mendapatkan suatu gambaran mengenai preferensi mengenai minyak goreng ini dan yang menjadi pokok permasalahan di sini adalah bagaimana meningkatkan penjualan dari minyak goreng Tjipto ini dengan mencari dan menemukan faktor-faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan produk yang akan dipakainya. Pada penelitian ini data yang diperoleh diolah dengan menggunakan program spss for windows sebagai alat bantu. Adapun metode yang dipakai adalah metode analisa faktor untuk menentukan faktor-faktor utama dan metode chi-square (test independensi) untuk menentukan keterkaitan antar variabel.

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan di daerah kota Blitar dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut merupakan daerah pemasaran dari produk minyak goreng dari perusahaan minyak goreng Tjipto.

Yang menjadi objek dari penelitian yang dilakukan ini terbagi menjadi dua bagian yaitu konsumen pengguna minyak goreng Tjipto maupun konsumen bukan pengguna minyak goreng Tjipto.

Adapun kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah didapatkannya informasi bahwa sasaran dari minyak goreng Tjipto ini yang paling tepat ditujukan untuk : Wanita, pekerjaan sebagai ibu rumah tangga, kelas sosial ke bawah dengan pengeluaran perbulan kurang dari Rp 300.000 , tempat untuk berbelanja yang paling dominan di pasar lalu diikuti dengan toko. Kemudian dari hasil analisa faktor didapatkan variabel yang paling menentukan yaitu variabel kesehatan, harga, warna , ukuran dan juga yang perlu dipertimbangkan dalam melakukan perbaikan tersebut adalah variabel kualitas minyak dan kejernihan dari minyak goreng tersebut.