



# ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NIAT BELI MINYAK GORENG NON KELAPA SAWIT PADA MASA PANDEMI COVID-19

Florentina Karina<sup>1</sup>, Grace Valensya Candra<sup>2</sup>, Valentina Chelly Yanthy<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Katolik Musi Charitas

<sup>1</sup>Universitas Katolik Musi Charitas

<sup>1</sup>Universitas Katolik Musi Charitas

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli minyak goreng non kelapa sawit pada masa pandemi Covid-19. Metode penelitian adalah kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa kuesioner. Populasi pada penelitian ini adalah ibu rumah tangga. Penentuan sampel menggunakan aplikasi Gpower. Analisis data dilakukan dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikoleniaritas, uji F, uji T, dan uji koefisien determinasi menggunakan program PSPP sebagai alat bantu. Hasil hipotesis menyatakan bahwa persepsi kesehatan dan tingkat penghasilan berpengaruh terhadap niat beli minyak goreng non kelapa sawit.

**Kata kunci:** Persepsi Kesehatan, Dukungan Orang Lain, Tingkat Penghasilan, Niat Beli

## Abstract

*This study aims to determine the factors that influence the purchase intention of non-palm cooking oil during the Covid-19 pandemic. The research method is quantitative. This study uses a data collection method in the form of a questionnaire. The population in this study were housewives. Sample using the determining Gpower application. Data analysis was carried out with validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, F test, T test, and coefficient of determination test using the PSPP program as a tool. The results of the hypothesis state that health perceptions and income levels affect the purchase intention of non-palm cooking oil.*

**Keywords:** Health Perception, Support of Others, Income Level, Purchase Intention

## PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 adalah penyakit yang sedang dialami seluruh dunia termasuk Indonesia. Salah satu hal penting yang harus dilakukan adalah kita menjaga pola hidup agar tetap sehat. Pada saat pandemi, orang jauh lebih mudah terkena penyakit. Oleh sebab itu, langkah yang harus dilakukan agar kita terhindar dari virus tersebut adalah dengan menjaga kondisi tubuh kita. Salah satu kunci hidup sehat adalah mengurangi makan makanan yang tidak bergizi. Kita harus mengkonsumsi makanan yang bergizi seperti buah, sayuran dan minum air putih yang cukup.

Laporan riset ini merujuk pada keinginan masyarakat untuk hidup sehat karena dipengaruhi kondisi harga minyak. Harga minyak goreng bermerk kembali naik karena diserahkan pada mekanisme pasar. Pemerintah memutuskan melepas harga minyak goreng bermerk sesuai mekanisme pasar. Harganya mulai naik menjadi Rp 23.000 - Rp 25.000 per liter. Sementara harga minyak goreng curah dengan harga eceran tertinggi Rp 14.000 seliter. Harga Eceran Tertinggi (HET) Rp 14.000/liter membuat minyak goreng menjadi langka di pasaran.

Dari contoh isu sebelumnya yaitu "Analisis Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Minyak Goreng Kemasan Bimoli di Di Kecamatan Kualuh Hulu, Kabupaten Labuhanbatu Utara," periset (Br Tarigan, Putri Sina & Laura Juita Pinem (2019)) memberikan justifikasi atau motivasi mengapa isu tersebut penting karena minyak goreng adalah salah satu produk kelapa sawit yang banyak digunakan ibu rumah tangga. Hal ini menyebabkan ketersediaan minyak goreng



mengalami kelangkaan. Suatu keputusan pembelian harus dipertimbangkan antara persepsi kesehatan produk dan harga agar sesuai dengan pemenuhan kebutuhan konsumen tersebut. Niat ibu rumah tangga membeli minyak goreng non kelapa sawit berdasarkan persepsi kesehatan, dukungan orang lain, dan berdasarkan tingkat penghasilan ini merupakan hal yang unik untuk diteliti karena pada saat pandemi Covid-19, banyak ibu rumah tangga yang lebih mementingkan kesehatan keluarga, salah satunya dengan menjaga kesehatan makanan yang sering dikonsumsi.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Teori yang Mendukung Persepsi Kesehatan**

Sejarah umat manusia untuk mencari upaya kesehatan sangat panjang, mungkin sepanjang riwayat adanya umat manusia berada di bumi. Namun, meskipun praktik dan mungkin keilmuan 'pencegahan' itu sendiri sudah lama, konsep *Public Health* atau Kesehatan Masyarakat itu sendiri relatif baru, yakni pada abad ke-20. Ketika itu, Charles-Edward Amory Winslow atau C.E.A. Winslow (4 Februari 1877 - 8 Januari 1957) pada tahun 1920 seorang bakteriologis dan ahli kesehatan masyarakat warga Amerika Serikat menulis definisi dan pengertian kesehatan masyarakat.

Pengertian tentang kesehatan masyarakat itu sendiri, terus berkembang dari waktu-ke-waktu, dan semakin luas. Para ahli kesehatan masyarakat sepakat bahwa lingkungan merupakan determinan utama derajat kesehatan penduduk. Meskipun 'sakit' bukan satu-satunya variabel pembentuk derajat kesehatan, namun tidak mungkin suatu kelompok penduduk dikatakan sehat kalau mereka sakit-sakitan. Sehat setidaknya suatu kelompok penduduk yang digambarkan ke dalam angka-angka morbiditas, mortalitas, angka harapan hidup, dan lain sebagainya merupakan unsur pokok dalam setiap pembicaraan kesehatan masyarakat. Kejadian penyakit merupakan inti persoalan kesehatan bahkan kesejahteraan, produktivitas, dan persepsi kesehatan manusia, baik dalam perspektif individu sebagai anggota sebuah komunitas maupun masyarakat dalam sebuah wilayah. Untuk itu proses kejadian penyakit dalam sebuah komunitas harus dipelajari dengan seksama agar dapat dicarikan strategi pencegahan dan pengendalian kejadian penyakit berbasis *evidence*, tepat sasaran dan dilakukan dengan cara sebaik-baiknya. Dengan kata lain *evidence* yang dimaksud adalah determinan utama kejadian penyakit, yakni kompleksitas hubungan interaktif antara variabel lingkungan dan kependudukan. (Prof. Dr. Syaiful Bakhri)

### **Dukungan Orang Lain**

Dalam menghadapi situasi yang penuh tekanan, seseorang membutuhkan dukungan sosial. Sarfino (2006) menyatakan bahwa dukungan sosial mengacu pada memberikan kenyamanan pada orang lain, merawatnya atau menghargainya. Dukungan sosial dapat berupa pemberian informasi, bantuan tingkah laku, ataupun materi yang didapat dari hubungan sosial akrab yang dapat membuat individu merasa diperhatikan, bernilai, dan dicintai. Rook (1985), (dalam Smet, 1994) mendefinisikan dukungan sosial sebagai salah satu fungsi pertalian sosial yang menggambarkan tingkat dan persepsi kesehatan umum dari hubungan interpersonal yang akan melindungi individu dari konsekuensi stres. Dukungan sosial yang diterima dapat membuat individu merasa tenang, diperhatikan, timbul rasa percaya diri dan kompeten.

Senada dengan pendapat di atas, beberapa ahli Cobb, (1976); Gentry and Kobasa, (1984); Wallston, Alagna and Devellis, (1983); Wills, (1984): (dalam Sarafino, 1998) menyatakan bahwa individu yang memperoleh dukungan sosial akan meyakini individu dicintai, dirawat, dihargai, berharga dan merupakan bagian dari lingkungan sosialnya. Menurut Schwarzer and Leppin (1990), (dalam Smet, 1994); dukungan sosial dapat dilihat sebagai fakta sosial atas dukungan yang sebenarnya terjadi atau diberikan oleh orang lain kepada individu (*perceived support*) dan sebagai kognisi individu yang mengacu pada persepsi terhadap dukungan yang diterima (*received*



support). Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa dukungan sosial adalah dukungan atau bantuan yang berasal dari orang yang memiliki hubungan sosial akrab dengan individu. (Pontoh Farid, 2015)

### **Tingkat Penghasilan**

Pendapatan masyarakat sebagaimana pemikiran Rosyidi (2006: 100-101) adalah arus uang yang mengalir dari pihak dunia usaha kepada masyarakat dalam bentuk upah dan gaji, bunga, sewa dan laba. Dan bahwa pendapatan perseorangan (*personal income*) terdiri atas sewa upah dan gaji, bunga, laba perusahaan bukan perseroan, dividen dan pembayaran transfer

Menurut Kieso, Warfield dan Weygantd (2011) pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal entitas selama suatu periode, jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal. Adapun pengertian pendapatan menurut para ahli yaitu sebagai berikut:

Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul akibat aktivitas normal perusahaan selama satu periode; arus masuk itu mengakibatkan kenaikan modal (ekuitas) dan tidak berasal dari kontribusi penanaman modal. (Kuswandi, 2015) (Pangkey et al).

### **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian metodologi penelitian yang dipilih oleh penulis adalah jenis riset *event* studi dengan riset pengujian hipotesis yang berupa riset kausal yang akan melihat kondisi perusahaan yang dipengaruhi oleh suatu peristiwa tertentu. Metode penelitian dari penelitian ini adalah metode kuantitatif.

Populasi dalam penelitian ini merupakan ibu rumah tangga. Sampel dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga di Kota Palembang. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan aplikasi *GPower* untuk menentukan seberapa banyak sampel yang dibutuhkan. Hasil dari uji sampel menggunakan *GPower* menunjukkan bahwa data yang dibutuhkan sebanyak 119 sampel. Penelitian ini menggunakan data yang berupa data primer dengan bantun kuesioner.

Dalam penelitian ini terdapat 4 variabel dimana keempat variabel tersebut dibagi menjadi variabel dependen yaitu niat beli. Variabel independen penelitian ini yaitu persepsi kesehatan, dukungan orang lain, tingkat penghasilan.

#### **1. Niat Beli Minyak Goreng Non Kelapa Sawit (Variabel Y)**

Menurut Kotler (2005) niat beli merupakan suatu hal yang mendahului dan menentukan setiap pelanggan. Niat adalah kecenderungan untuk melakukan tindakan atau perilaku atau sesuatu yang segera mendahului tingkah laku pembelian yang sebenarnya. Jadi, niat beli minyak goreng non kelapa sawit adalah kecenderungan seseorang untuk membeli minyak goreng non kelapa sawit dibandingkan minyak goreng lainnya. (Picaully, 2018)

Dengan demikian niat beli minyak goreng non kelapa sawit dapat diukur melalui 3 indikator yaitu memenuhi kebutuhan, mudah ditemukan dipasaran, dan niat membeli ulang. Skala yang digunakan adalah skala likert dengan skor 1 sampai 5, yang mana angka menunjukkan sangat tidak setuju merupakan nilai terendah sampai angka menunjukkan sangat setuju yang merupakan nilai tertinggi.

#### **2. Persepsi Kesehatan (Variabel X<sub>1</sub>)**

Persepsi merupakan salah satu faktor yang membentuk sebuah kesadaran pada diri seseorang. Kesehatan merupakan kebutuhan setiap manusia di dunia, tak terkecuali di negara berkembang seperti Indonesia. Jadi, persepsi kesehatan adalah salah satu faktor yang membuat diri seseorang sadar akan kesehatan. (Sudarsono & Suharsono, 2016)



Dengan demikian, persepsi kesehatan dapat diukur melalui 5 indikator yaitu minyak goreng non kelapa sawit masih sehat jika digunakan 2-3 kali, masih sehat jika tidak berubah warna, masih sehat jika tidak berbau, proses 2 kali penyaringan sehingga baik untuk kesehatan, dan keyakinan bahwa minyak goreng non kelapa sawit memang bagus untuk kesehatan. Skala yang digunakan adalah skala likert dengan skor 1 sampai 5, yang mana angka menunjukkan sangat tidak setuju merupakan nilai terendah sampai angka menunjukkan sangat setuju yang merupakan nilai tertinggi.

### 3. Dukungan Orang Lain (Variabel $X_2$ )

Sarafino (2006) menyatakan bahwa dukungan sosial mengacu pada memberikan kenyamanan pada orang lain, merawatnya atau menghargainya. Dukungan sosial dapat berupa pemberian informasi, bantuan tingkah laku, ataupun materi yang didapat dari hubungan sosial akrab yang dapat membuat individu merasa diperhatikan, bernilai, dan dicintai (Pontoh Farid, 2015).

Dengan demikian, dukungan orang lain dapat diukur melalui 4 indikator yaitu mengetahui kelebihanannya dari keluarga, teman, sosial media, dan lain-lain, saran dari keluarga/teman untuk membeli, saran dari media internet/iklan di televisi untuk membeli, dan keyakinan akan semua informasi yang telah saya dapatkan yaitu sesuai dengan saran dari keluarga, teman, sosial media, dan lain-lain. Skala yang digunakan adalah skala likert dengan skor 1 sampai 5, yang mana angka menunjukkan sangat tidak setuju merupakan nilai terendah sampai angka menunjukkan sangat setuju yang merupakan nilai tertinggi.

### 4. Tingkat Penghasilan (Variabel $X_3$ )

Tingkat penghasilan adalah tingkat hidup yang dapat dinikmati oleh seorang individu atau keluarga yang didasarkan atas penghasilan mereka atau sumber-sumber pendapatan lainnya.

Menurut Sukirno (2009:84) mengungkapkan bahwa pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan. Kegiatan usaha pada akhirnya akan memperoleh pendapatan berupa nilai uang yang diterima dari penjualan produk yang dikurangi biaya yang telah dikeluarkan (Pangkey et al., n.d.).

Dengan demikian, tingkat penghasilan dapat diukur melalui 5 indikator yaitu harga terjangkau, harga sudah sesuai dengan apa yang didapat, setuju dengan harga yang ditawarkan, harga sesuai dengan kemampuan atau daya beli masyarakat, dan kemampuan membeli.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga di Kota Palembang. Deskriptif identitas responden terdiri dari besarnya usia, pekerjaan, pengeluaran dalam 1 bulan untuk belanja kebutuhan pokok, dan pembelian minyak goreng non kelapa sawit selama satu bulan yang ada di Kota Palembang. Total penelitian ini adalah 125 responden.

**Tabel 1. Uji Validitas**

	Nilai r-hitung	Nilai r-tabel	Kesimpulan
Persepsi kesehatan			
A1	0,315	0,176	Valid
A2	0,337	0,176	Valid



A3	0,406	0,176	Valid
A4	0,774	0,176	Valid
A5	1,000	0,176	Valid
Dukungan orang lain			
B1	0,584	0,176	Valid
B2	0,343	0,176	Valid
B3	0,420	0,176	Valid
B4	1,000	0,176	Valid
Tingkat penghasilan			
C1	0,396	0,176	Valid
C2	0,549	0,176	Valid
C3	0,583	0,176	Valid
C4	0,584	0,176	Valid
C5	1,000	0,176	Valid
Niat membeli			
Y1	0,561	0,176	Valid
Y2	0,544	0,176	Valid
Y3	1,000	0,176	Valid

Sumber : Data diolah tahun 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai r-tabel untuk  $n=125$  dengan nilai signifikansi 5% adalah 0,176. Nilai r-tabel diperoleh dari tabel *r-product moment*. Semua pertanyaan pada instrument penelitian ini dinyatakan valid karena nilai r-hitung menunjukkan lebih besar daripada nilai r-tabel.

**Tabel 2. Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai kritis	Kesimpulan
Persepsi kesehatan	0,79	0,6	Reliabel
Dukungan Orang lain	0,80	0,6	Reliabel
Tingkat Penghasilan	0,81	0,6	Reliabel
Niat Membeli	0,84	0,6	Reliabel

Sumber : Data yang diolah tahun 2022

Pada tabel 2. menunjukkan bahwa variabel persepsi kesehatan memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,79, untuk variabel dukungan orang lain memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,80, untuk variabel tingkat penghasilan memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,81, dan untuk variabel niat membeli memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,84. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini valid karena nilai *cronbach's alpha* masing-masing variabel lebih besar dari 0,60.



**Tabel 3. Uji Normalitas**

Keterangan	<i>Unstandardized Residual</i>	Kesimpulan
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	1,19	Normal
<i>Asymp. Sig (2-tailed)</i>	0,097	Normal

Sumber : Data yang diolah tahun 2022

Dari hasil pengujian diatas menunjukkan nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 1,19, sedangkan nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* 0,097. Nilai ini berada diatas signifikansi 0,05 hal ini menunjukkan bahwa model regresi penelitian ini berdistribusi normal.

**Tabel 4. Uji Multikoleniaritas**

Variabel	Syarat	Nilai R <i>Square</i>	Kesimpulan
Persepsi kesehatan	0,41	0,30	Tidak Terjadi Multikoleniaritas
Dukungan Orang lain	0,41	0,30	Tidak Terjadi Multikoleniaritas
Tingkat Penghasilan	0,41	0,35	Tidak Terjadi Multikoleniaritas

Sumber : Data yang diolah tahun 2022

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *R Square* masing-masing variabel independen lebih kecil dari dari nilai *R Square* variabel dependen, yang berarti seluruh variabel independen dalam penelitian ini tidak terjadi multikoleniaritas.

**Tabel 5. Uji F**

Model	<i>F-test</i>	Sig	Hasil
1	28,35	0,000	Signifikan

Sumber : Data yang diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikan *F-test* sebesar 0,000 kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini signifikan, artinya variabel persepsi kesehatan, dukungan orang lain, dan tingkat penghasilan secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel niat membeli.

**Tabel 6. Uji T**

Variabel	<i>Unstandardized Coefficient <math>\beta</math></i>	t-hitung	Sig	Hasil
<i>Constant</i>	2,52	1,94	0,54	
Persepsi Kesehatan	0,15	2,07	0,040	Hipotesis Diterima
Dukungan Orang Lain	0,18	1,68	0,096	Hipotesis Ditolak
Tingkat Penghasilan	0,20	3,29	0,001	Hipotesis Diterima

Sumber : Data yang diolah tahun 2022



Hasil uji T diatas dijelaskan pada uraian dibawah ini:

- Variabel persepsi kesehatan memiliki nilai t-hitung sebesar 0,15 dengan nilai signifikansi sebesar 0,040. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,040 < 0,05$ ) maka hipotesis pertama diterima. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kesehatan berpengaruh terhadap niat membeli.
- Variabel dukungan orang lain memiliki nilai t-hitung sebesar 0,18 dengan nilai signifikansi sebesar 0,096. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ( $0,096 > 0,05$ ) maka hipotesis kedua ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa dukungan orang lain tidak berpengaruh terhadap niat membeli.
- Variabel tingkat penghasilan memiliki nilai t-hitung sebesar 0,20 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,001 < 0,05$ ) maka hipotesis ketiga diterima. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat penghasilan berpengaruh terhadap niat membeli.

**Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	Adjusted R Square
1	0,41	0,40

Sumber : Data yang diolah tahun 2022

Tabel diatas menunjukkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,41 yang menandakan bahwa 41% variasi variabel indenpenden yaitu persepsi kesehatan, dukungan orang lain, dan tingkat penghasilan dapat menjelaskan variabel dependen yaitu niat membeli. Sedangkan sebesar 59% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dapat dianalisa dalam penelitian ini.

## SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh persepsi kesehatan, dukungan orang lain, dan tingkat penghasilan terhadap niat membeli minyak goreng non kelapa sawit pada ibu rumah tangga. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kesimpulan yang dapat ditarik adalah:

- Pengaruh Persepsi Kesehatan Terhadap Niat Beli Minyak Goreng Non Kelapa Sawit**  
Hasil data menunjukkan bahwa adanya pengaruh persepsi kesehatan terhadap niat beli minyak goreng non kelapa sawit. Artinya masyarakat yang mementingkan kesehatan akan membeli minyak goreng non kelapa sawit demi kesehatan keluarga.
- Pengaruh Dukungan Orang Lain Terhadap Niat Beli Minyak Goreng Non Kelapa Sawit**  
Hasil data menunjukkan bahwa dukungan orang lain tidak memiliki pengaruh terhadap niat beli minyak goreng non kelapa sawit. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua ditolak.
- Pengaruh Tingkat Penghasilan Terhadap Niat Beli Minyak Goreng Non Kelapa Sawit**  
Hasil data menunjukkan bahwa tingkat penghasilan berpengaruh terhadap niat beli minyak goreng non kelapa sawit. Hal ini menunjukkan semakin besar tingkat penghasilan masyarakat maka semakin besar niat masyarakat untuk membeli minyak goreng non kelapa sawit.

Keterbatasan dalam penelitian ini yang perlu diperbaiki untuk penelitian selanjutnya adalah:

- Penelitian menggunakan metode survey berupa kuesioner tanpa melakukan wawancara mendalam dengan responden.



2. Penelitian yang dilakukan masih kurang pertanyaan untuk butir-butir dalam kuesioner sehingga kuesioner menghasilkan pertanyaan yang belum sesuai dengan indikator.

Beberapa saran yang diajukan peneliti terkait dengan keterbatasan yang ditemui dalam penelitian ini, antara lain:

1. Untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode wawancara mendalam sehingga dapat mengenal dan memperoleh lebih banyak informasi.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambah butir-butir pertanyaan dalam pertanyaan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Br Tarigan, Putri Sina & Laura Juita Pinem. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Minyak Goreng Bimoli Di Kecamatan Kualuh Hulu, Kabupaten Labuhanbatu Utara*.
- Picaully, M. R. (2018). *Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Gadget Di Shopee Indonesia*. 18(1), 31–40. <http://journal.maranatha.edu/jmm>
- Pontoh Farid, Z. M. (2015). *Hubungan Antara Religiusitas dan Dukungan Sosial dengan Kebahagiaan Pelaku Konversi Agama* (Vol. 4, Issue 01). Prof. Dr. Syaiful Bakhri, S. H., M. (n.d.). Materi-Pertautan-Norma-Hukum-Etika.
- Pangkey, M. C., Masinambow, V. A. J., Londa, A. T., Pembangunan, J. E., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (n.d.). *Perbandingan Tingkat Pendapatan Petani Kelapa Di Kabupaten Minahasa Selatan ( Studi Kasus Di Desa Ongkaw I Dan Desa Tiniawangko Kecamatan Sinonsayang )*.
- Sudarsono, A., & Suharsono, Y. (2016). *Hubungan Persepsi Terhadap Kesehatan Dengan Kesadaran (Mindfulness) Menyetor Sampah Anggota Klinik Asuransi Sampah Di Indonesia Medika* (Vol. 04, Issue 01).
- Sulistiyowati, Ayu. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Kemasan Bimoli Di Kecamatan Sumpasari Kabupaten Jember*.