
ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JAMUR TIRAM CV. JATI NIKMAT DI KECAMATAN BANYUMANIK KOTA SEMARANG JAWA TENGAH

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRODUCTS, PRICES, AND ROMOTIONS ON CONSUMER SATISFACTION OF OYSTER MUSHROOM CV. TEAK ENJOYS IN BANYUMANIK DISTRICT, SEMARANG CITY, CENTRAL JAVA

Daniel Pardede^{1*}

¹Program Studi Agribisnis Fakultas Peternakan dan Pertanian Universitas Diponegoro

*E-mail corresponding: danielpardede@students.undip.ac.id

Dikirim : 7 Juni 2022 Diperiksa : 17 November 2022 Diterima: 27 November 2022

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada penjualan jamur tiram di CV. Jati Nikmat (Jaka Makmur) Kota Semarang. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis secara parsial maupun simultan adanya pengaruh produk, harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen jamur tiram CV. Jati Nikmat. Metode pengujian keabsahan kuesioner menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda beserta dengan uji asumsi klasiknya. Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa harga, produk, dan promosi secara simultan mempengaruhi kepuasan konsumen jamur tiram CV. Jati Nikmat. Sementara itu hasil analisis uji parsial menunjukkan bahwa variabel harga (X1) memiliki nilai signifikan 0,382 lebih besar dari 0,05 yang berarti secara parsial tidak mempengaruhi kepuasan konsumen, variabel produk (X2) memiliki nilai signifikan 0,001 lebih kecil dari 0,05 yang berarti secara parsial mempengaruhi kepuasan konsumen (Y), dan promosi (X3) memiliki nilai signifikansi 0,00 lebih kecil dari 0,05 yang berarti secara parsial mempengaruhi kepuasan konsumen (Y).

Kata kunci : harga, produk, promosi, kepuasan konsumen, jamur tiram.

ABSTRACT

This research focuses on selling oyster mushrooms in CV Jati Nikmat (Jaka Makmur) Semarang City. The purpose of this research is to analyze partially or simultaneously the effect of product, price, and promotion on consumer satisfaction of oyster mushroom in CV. Jati Nikmat. The method of testing the validity of the questionnaire was carried out by testing the validity and reliability tests. The analytical method used is multiple linear regression analysis along with the classical assumption test. The result of research analysis show that the price, product, and promotion together affect the satisfaction of the oyster mushroom in Jati Nikmat. Meanwhile the result of the partial test (t test) based on the results of price variable (X1) has a significant value 0.382 is greater than 0.05 which means it partially does not affect Consumer satisfaction (Y), the product variable (X2) has a significant value of 0.001 smaller than 0.05 which means that partially affects Y, and promotion (X3) has a significant value of 0 less than 0.05 which means it partially affects Y.

Keywords: price, product, promotion, consumer satisfaction, oyster mushroom.

**ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN JAMUR TIRAM CV. JATI NIKMAT DI KECAMATAN BANYUMANIK KOTA
SEMARANG JAWA TENGAH**

Daniel Pardede

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini tidak dapat terbendung dan berlangsung dengan cepat. Kondisi tersebut membuat persaingan terbuka antar perusahaan dalam menciptakan inovasi untuk dapat bersaing di pasar.

Pasar jamur tiram merupakan salah satu yang terbilang ramai dan banyak perusahaan yang bersaing. Dikarenakan Jamur Tiram memiliki kandungan gizi yang banyak sehingga biasanya dimanfaatkan sebagai bahan pangan.

Jamur tiram merupakan sumber mineral yang baik dan berkisar antara 19% sampai 35% mengandung protein yang persentasenya lebih tinggi dibandingkan pada gandum dan beras, namun jika dibandingkan pada protein dari susu dan kedelai kandungannya relatif lebih rendah (Suriawiria, 2002).

Persaingan yang semakin ketat di pasar jamur tiram membuat konsumen semakin cerdas dalam menghadapi dan mengambil keputusan pembelian untuk setiap produk yang dipasarkan. Masyarakat mulai selektif dalam memilih produk, faktor pertama yang mendorong keputusan pembelian konsumen terhadap produk jamur tiram adalah tujuan penggunaan atau manfaat yang diharapkan dari produk tersebut. Faktor lainnya adalah apakah

harganya sudah terjangkau atau belum. Faktor ketiga adalah promosi yang dilakukan oleh perusahaan yang dilakukan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat, meningkatkan minat beli dan menyebarkan informasi tentang perusahaan kepada masyarakat.

Hal tersebutlah yang melatarbelakangi penelitian ini, sehingga diberi judul analisis pengaruh produk, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen jamur tiram CV. Jati Nikmat di Kecamatan Banyumanik, Kota Semarang, Jawa Tengah. Adapun Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh secara simultan harga, produk dan promosi terhadap kepuasan konsumen produk jamur tiram di CV Jati Nikmat serta untuk menganalisis secara parsial adanya pengaruh produk, harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen produk Jamur Tiram CV. Jati Nikmat di Kecamatan Banyumanik.

Jamur Tiram merupakan bahan pangan yang bergizi tinggi serta mudah untuk dibudidayakan. Jamur tiram mengandung beberapa senyawa diantaranya pleuran, protein sekitar 19 sampai 35%, karbohidrat sekitar 50 sampai 60%, asam amino, vitamin B1, B2, B3, B5, B7, vitamin C, magnesium, kalsium, fosfor, besi, potassium, kalium, sulfur, seng, dan

tiamin (Achmad et al, 2009). Budidaya jamur tiram umumnya menggunakan media berbahan serbuk kayu. Pada serbuk kayu mengandung selulosa sebesar 49%, lignin 26,8%, pentosa 15,6%, abu 0,6%, silika 0,2% yang cocok untuk pertumbuhan jamur (Martawijaya, 2005).

Kepuasan konsumen mencerminkan penilaian kinerja produk relatif terhadap harapan. Jika produk tidak sesuai seperti yang diharapkan, pelanggan tidak puas dan kecewa. Jika produk memenuhi harapan, pelanggan puas. Ketika kinerja produk melebihi harapan, pelanggan lebih puas (Kotler dan Keller, 2009).

Kepuasan konsumen merupakan hasil akumulasi dari konsumen dalam penggunaan produk dan jasa. Faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen diantaranya kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan biaya. Jika kualitas produk baik, konsumen akan puas setelah membeli produk dan menggunakan produk tersebut, sehingga, setiap transaksi akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Hamdun dan Romadhoni, 2008).

Bauran pemasaran organisasi nirlaba merupakan bauran dari variabel pemasaran terkendali yang digunakan oleh perusahaan/organisasi untuk mencapai

tujuannya di pasar sasaran (Kotler, 2012). Bauran pemasaran merupakan gabungan dari beberapa variabel diantaranya variabel produk, harga, promosi dan sistem distribusi (Dharmesta dan Handoko, 2010). Keempat variabel bauran pemasaran tersebut saling berkaitan dan mempengaruhi satu dengan yang lainnya, sehingga harus dilakukan upaya untuk mengembangkan strategi pemasaran yang mengacu pada pelayanan yang efektif dan kepuasan pelanggan.

Penelitian terkait faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Jamur Tiram CV. Jati Nikmat belum pernah dilakukan terutama yang berfokus pada produk, harga dan promosi. Adapun penelitian terkait pengaruh produk, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen dalam kasus lain diantaranya dalam penelitian Hamdun dan Romadhoni (2016) yang meneliti pengaruh produk, harga dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada Toko Roti yang menunjukkan bahwa harga, produk dan promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan faktor terbesar adalah variabel promosi. Berdasarkan hasil tersebut peneliti ingin meneliti pengaruh dari ketiga faktor tersebut terhadap kepuasan konsumen jamur tiram di CV.Jati Nikmat.

**ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN JAMUR TIRAM CV. JATI NIKMAT DI KECAMATAN BANYUMANIK KOTA
SEMARANG JAWA TENGAH**

Daniel Pardede

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Perusahaan Jati Nikmat (Jaka Makmur) Kota Semarang, Jawa Tengah. Penelitian dilaksanakan pada bulan April 2022.

Penelitian ini menggunakan metode survey sebagai metode penelitian. Metode ini mengambil sampel dari populasi dan menggunakan alat pengumpulan data berupa kuesioner. Data primer diperoleh melalui metode survey dengan teknik wawancara secara langsung dengan alat bantu kuesioner yang ditujukan kepada responden tentang pengaruh produk, harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen. Sementara Data sekunder diperoleh dari perusahaan CV. Jati Nikmat dari studi literatur yang berhubungan dengan pengaruh produk, harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen.

Populasi pembeli jamur tiram dalam penelitian ini adalah para pembeli jamur tiram di CV. Jati Nikmat, Kecamatan Banyumanik, Kota Semarang, Jawa Tengah. Teknik *sampling* yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* yaitu *accidental sampling*. Teknik ini melakukan pengambilan data dengan memilih siapa saja yang ada atau kebetulan lewat pada lokasi survei sebagai sumber data (Sugiyono, 2016). Pada kasus ini berarti memilih responden yang kebetulan membeli jamur tiram di perusahaan CV. Jati Nikmat.

Ukuran populasi pada penelitian ini besar dan tidak secara pasti dapat diketahui. Maka dari itu, ukuran sampel yang digunakan berdasarkan perhitungan rumus (Lemeshow et al., 1997) sebagai berikut.:

$$n = \frac{ZP(1-p)}{d^2} = \frac{0,9604}{(0,10)^2} = 96,04 \approx 100 \dots (1)$$

Keterangan :

- n = jumlah/ukuran sampel
- z = nilai standar baku (1,96)
- p = maksimal dugaan (50% = 0.5)
- d = alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

Hasil perhitungan rumus di atas didapat ukuran sampel yang diteliti adalah sebesar 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, studi pustaka dan wawancara terhadap responden dan perusahaan CV Jati Nikmat. Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara berhadapan langsung dengan responden dengan memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan sebagai kuesioner (Noor, 2011). Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil observasi dan wawancara dengan responden. Data sekunder diperoleh dengan studi literatur dari buku, jurnal dan referensi lain yang berhubungan dengan penelitian. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini berupa pertanyaan tertutup dengan pilihan opsi pada setiap item pertanyaan. Skala pengukuran pada kuesioner menggunakan skala Likert dengan satuan skor. Mengikuti rujukan Simamora (2005), responden diberi pilihan lima kategori jawaban berupa sangat tidak setuju (skor 1), tidak setuju (skor 2), netral (skor 3), setuju (skor 4), dan sangat setuju (skor 5). Teknik analisis data hasil survey menggunakan analisis regresi berganda. Teknik analisis ini berfungsi untuk mengetahui pengaruh dari beberapa

variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya harga (X1), produk (X2) dan promosi (X3). Sementara variabel terikat atau variabel respon dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y). Analisis data dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS 23.

Tahapan analisis data pada penelitian ini, diantaranya :

1. Melakukan uji keterandalan kuesioner dengan uji validitas dan reliabilitas
2. Melakukan analisis regresi berganda
3. Uji asumsi diantaranya uji normalitas, uji heterokendastisitas, dan uji autokorelasi
4. Menghitung koefisien Determinasi untuk ketepatan model

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemasaran Jamur Tiram PT. Jati Nikmat

Pemasaran (marketing) merupakan proses pengenalan produk kepada masyarakat luas yang dijadikan target pemasaran oleh perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari Tjiptono dan Chandra (2012) yang menyatakan bahwa pemasaran merupakan serangkaian kegiatan dan proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan mempertukarkan penawaran yang

**ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN JAMUR TIRAM CV. JATI NIKMAT DI KECAMATAN BANYUMANIK KOTA
SEMARANG JAWA TENGAH**

Daniel Pardede

ditujukan kepada pelanggan, klien, mitra dan masyarakat umum.

Pendistribusian dilakukan oleh karyawan atau pegawai bidang pemasok ke beberapa pasar tradisional dan pasar modern di Semarang. Promosi yang dilakukan oleh perusahaan Jati Nikmat yaitu secara langsung dengan melalui *personal selling* dan juga secara tidak langsung dengan melalui media sosial.

Jamur Tiram Jati Nikmat (Jaka Makmur) bermitra dengan petani jamur tiram sejak tahun 2014. Tujuan dari kemitraan jamur tiram Jati Nikmat dengan para petani adalah untuk menambah pasokan jamur tiram dikarenakan pemilik usaha tidak menghasilkan produk yang maksimal. Menurut Purnomo dan Zulkieflimansyah (2016), pemasaran adalah proses bisnis yang ditujukan untuk menyelaraskan sumber daya manusia, keuangan, dan material organisasi dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan sebagai bagian dari strategi bersaing.

Analisa Uji Validitas

Validitas adalah mengukur ketepatan dari suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Kuesioner dinyatakan valid jika nilai korelasi r hitung antara skor item soal dengan skor item total lebih besar dari korelasi r tabel (Sugiyono, 2013).

Berdasarkan tabel r didapatkan nilai dari sampel ($N= 100$) dengan derajat bebas ($db=n-2$) 98 adalah sebesar 0,195. Dari output uji validitas diperoleh bahwa pertanyaan-pertanyaan pada variabel X_1 , X_2 , X_3 , dan Y semuanya didapatkan nilai r -hitung lebih besar daripada r -tabel. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa semua pertanyaan pada kuesioner dalam penelitian ini dapat dikatakan valid.

Analisa Uji Reliabilitas

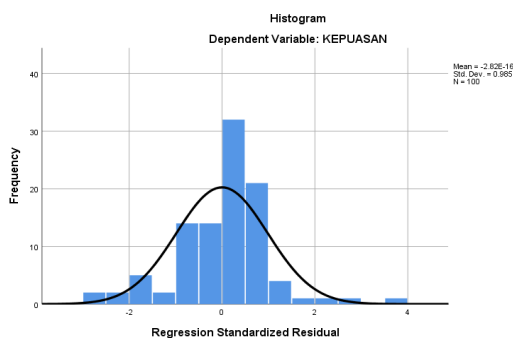
Ghozali (2009) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur kekonsistenan suatu kuesioner yang menjadi indikator suatu variabel atau konstruk. Sebuah survei dianggap andal atau reliabel ketika jawaban responden atas pertanyaan atau pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabel artinya jika kuesioner digunakan berulang kali untuk mengukur item yang sama, maka akan dihasilkan data yang sama. Teknik pengujian reliabilitas ini menggunakan teknik *Cronbach alpha* (α). Dalam uji reliabilitas ini, suatu kuesioner dianggap reliabel jika memiliki nilai *Cronbach alpha* (α) lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2009).

Berdasarkan hasil uji reliabilitas didapatkan nilai *Cronbach alpha* adalah sebesar 0,950. Nilai ini dinilai sudah cukup besar nilainya diatas 0,6. Sehingga dapat

disimpulkan bahwa setiap pertanyaan dalam kuesioner ini reliabel dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Analisa Uji Normalitas Data

Uji Normalitas yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov*. Berdasarkan uji normalitas nilai signifikansi didapatkan sebesar 0,158 yang nilai tersebut lebih besar dari alpha (0,05). Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini adalah terdistribusi normal.

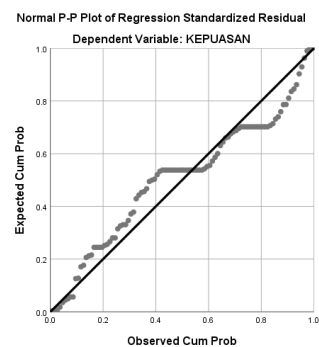


Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah uji sebagai syarat bagi analisis regresi agar pendugaan parameter regresi dan koefisien tidak bias. Pengujian asumsi klasik ini sesuai dengan teorema Gauss Markov meliputi uji normalitas, uji homogenitas ragam, uji autokorelasi dan uji multikolinearitas.

Analisa Uji Normalitas Error

Berdasarkan tampilan histogram pada Gambar 1, dapat diketahui bahwa pada grafik tersebut memberikan pola distribusi yang mendekati sebaran normal. Kemudian juga melihat dari tampilan grafik plot terlihat bahwa titik-titik yang ada mengikuti pola garis lurus diagonal.



Gambar 1. Histogram dan Grafik Plot

**ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN JAMUR TIRAM CV. JATI NIKMAT DI KECAMATAN BANYUMANIK KOTA
SEMARANG JAWA TENGAH**

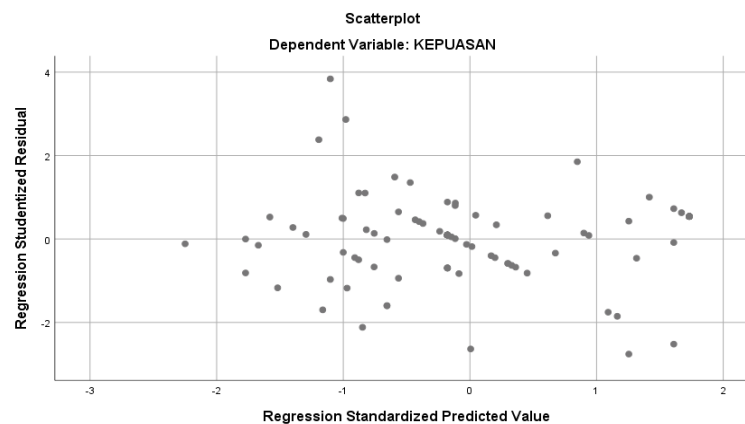
Daniel Pardede

Residual dikatakan berdistribusi normal, jika titik-titik data mengikuti garis diagonalnya. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa model tersebut cukup atau baik, dan dapat juga disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal..

Uji Homogenitas Ragam

Ragam residual dikatakan homogen jika plot antara residual dengan nilai dugaan menyebar secara acak dan

tidak berpola. Melihat distribusi *scatterplot* pada Gambar 2, dapat melihat bahwa titik-titik terdistribusi secara acak dan terletak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dari sini dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi yang digunakan tidak menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas atau dapat dikatakan ragam residual bersifat homogen. Sehingga asumsi homogenitas ragam terpenuhi.



Gambar 2. Grafik Scatterplot

Uji Non-Autokorelasi

Uji Non-Autokorelasi atau uji kebebasan residual pada penelitian ini menggunakan uji Durbin Watson. Residual dikatakan saling bebas antar residual lainnya jika nilai dW (Durbin Watson) lebih besar dari dU dan nilai dW kurang dari 4-dU.

Berdasarkan hasil uji non autokorelasi diketahui untuk nilai dW = 2,175, selanjutnya dibandingkan dengan nilai dari tabel durbin watson sebesar 0,05

dengan jumlah sampel sebanyak 100 dan jumlah variabel bebas 3 ($K=3$), sehingga didapatkan hasil dU dari r-tabel = 1,736. Nilai dW (2,175) lebih besar dari batas dU (1,736) dan nilai dW (2,175) kurang dari $(4-dU) = 4-1,736 = 2,264$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi atau dapat dikatakan bahwa residual saling bebas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah suatu uji untuk melihat adanya korelasi diantara peubah bebas. Harapannya tidak ada korelasi antar peubah bebasnya yang dalam artinya dalam penelitian ini tidak ada korelasi antar X1, X2 dan X3. Deteksi multikolinearitas salah satunya dengan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai VIF > 10 maka terindikasi adanya multikolinearitas.

Berdasarkan hasil perhitungan uji multikolinearitas diperoleh nilai VIF untuk ketiga variabel bebas adalah 1. Nilai tersebut kurang dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas, sehingga asumsi terpenuhi.

Analisa Uji F

Uji F digunakan untuk melihat pengaruh secara simultan/serentak harga (X1), produk (X2), dan promosi (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) jamur tiram di CV Jati Nikmat. Hasil perhitungan diperoleh bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh harga (X1), produk (X2), promosi (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar 0,000 dimana nilai tersebut kurang dari nilai $\alpha=0,05$. Hal tersebut membuktikan bahwa harga (X1), produk (X2), dan promosi (X3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) atau ada paling sedikit satu variabel yang

mempengaruhi kepuasan konsumen (Y). Untuk melihat variabel mana saja yang berpengaruh dapat dilihat pada Uji t.

Analisa Uji T

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh secara parsial/satu-satu harga (X1), produk (X2), dan promosi (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) jamur tiram di CV Jati Nikmat. Berdasarkan hasil analisis didapat variabel X1 memiliki nilai signifikan 0,382 yang dimana lebih besar dari 0,05. Sehingga, sesuai dengan ketentuan dalam kriteria pengujian, jika nilai sig > 0,05 mengartikan bahwa secara parsial tidak mempengaruhi kepuasan konsumen jamur tiram CV. Jati Nikmat.

Berikutnya pada variabel X2 memiliki nilai signifikan 0,001 yang dimana lebih kecil dari 0,05. Sehingga, mengikuti ketentuan dalam kriteria pengujian, jika nilai sig < 0,05 berarti secara parsial mempengaruhi kepuasan konsumen jamur tiram CV. Jati Nikmat. Berikutnya pada variabel X3 memiliki nilai signifikansi 0,000 yang dimana lebih kecil dari 0,05. Sehingga variabel X3 secara parsial mempengaruhi kepuasan konsumen jamur tiram CV Jati Nikmat.

Analisa Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi menunjukkan ukuran ketepatan suatu model. Dimana nilainya semakin

**ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN JAMUR TIRAM CV. JATI NIKMAT DI KECAMATAN BANYUMANIK KOTA
SEMARANG JAWA TENGAH**

Daniel Pardede

mendekati 100% maka nilai tersebut dinilai baik dengan kata lain variabel bebasnya mampu menjelaskan variabel Y.

Berdasarkan pada hasil analisis didapatkan nilai Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,675 maka bisa disimpulkan bahwa sebesar 67,5% keragaman variabel Y (kepuasan konsumen) dapat dijelaskan oleh variabel bebas X1 (harga), X2 (produk) dan X3 (promosi), sementara sebesar 32,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis secara simultan diperoleh bahwa variabel harga, produk dan promosi secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen jamur tiram CV Jati Nikmat. Berdasarkan hasil analisis parsial diperoleh bahwa variabel X1 (harga) tidak mempengaruhi kepuasan konsumen jamur tiram CV Jati Nikmat. Sementara variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen jamur tiram CV Jati Nikmat adalah variabel X2 (produk) dan X3 (promosi)

Sehingga CV Jati Nikmat dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan cara mengencangkan dan meningkatkan strategi-strategi promosi dan kualitas produknya. Sehingga dengan meningkatnya kepuasan

konsumen diharapkan dapat meningkatkan pula penjualan jamur tiram.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Herliyana, E. N., Yurti, O.A.F. & Hidayat, A.P. (2009). Karakteristik fisiologi isolat *Pleurotus* spp. *Jurnal Littri*: 15(1), 46-51.
- Dharmesta, B.S., dan Handoko, H.T. 2010. *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*. Penerbit BPFE. Yogyakarta.
- Ghozali, I. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hamdun, E., dan Romadhoni, D.A. 2016. Pengaruh produk, harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada toko roti Fatimah Bakery di Situbondo. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis GROWTH*. 14 (2) : 31-48.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 Edisi 13. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., dan G, Armstrong. 2012. *Principles of Marketing: global edition (14th)* US: Pearson Education, Inc, New Jersey.
- Lemeshow, S., Jr., Hosmer, W. D., Klar, J., and Lwanga, K. (1997). *Adequacy of Sample Size in Health Studies*. John Wiley & Sons Ltd. England.
- Martawijaya. 2005. Atlas Kayu Indonesia Jilid I. Badan Penelitian dan Pengembangan Kehutanan. Bogor.
- Noor, J. 2011. *Metodologi Penelitian: Tesis, Disertasi dan Kaya Ilmiah*, Jakarta.

Purnomo, S.H. dan Zulkieflimansyah. 2016. *Manajemen Strategi Sebuah Konsep Pengantar*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.

Simamora, B. 2005. *Analisis Multivariat Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.

Suriawiria, U. 2002. *Budidaya Jamur Tiram*. Kanisius, Yogyakarta.

Tjiptono, F., dan G. Chandra. 2012.

Pemasaran Strategi. ANDI, Yogyakarta.