

## DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, Lutfi. 2011. *Pengaruh Komitmen Relasi, Kualitas, Pelayanan, Dan Kepercayaan, Terhadap Loyalitas Konsumern (Studi Pada PT. Teduh Makmur Semarang)*. Semarang, Universitas Diponegoro.
- Anwar. 2004. *Pendidikan Kecakapan Hidup (Life Skills Education Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2017. Penetrasi dan Pelaku Pengguna Internet di Indonesia*. Alfabeta, Bandung.
- Arifatus, Sholehah. 2015. *Analisis pemasaran dan strategi pengembangan jamur tiram di Kecamatan Silo Kabupaten Jember*. Universitas Jember.
- Asriani. 2011. *Pemanfaatan internet marketing dalam pemasaran produk unggulan pertanian provinsi Gorontalo*. Volume 1 No.3.
- Asse, R, A. 2018. *Strategi Pemasaran Online (Studi Kasus Facebook Marketing Worung Bakso Mas Cingkrank Di Makassar)*. Komunikasi Kareba.
- Astuti, Kusuma H dan Kuswytasari ND. 2013. *Efektifitas Pertumbuhan Jamur Tiram Putih (Pleurotus ostreatus) dengan Variasi Media Kayu Sengon (Paraserianthes falcataria) dan Sabut Kelapa (Cocos nucifera)*. Jurnal Sains dan Seni Pomits Vol. 2, No.2, (2013) 2337-3520.
- Asuari, Sofyan. 2004. *Manajemen produksi dan operasi*. Jakarta: penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Basu, Swastha.1996. *Azaz-Azaz Marketing*. Edisi 3.Liberty: Yokyakarta.
- Chaffey, Deve, Mayer, Richard; Johnston, Kevin; Ellis-Chadwick, Fiona. 2000. *Internet marketing: Strategy, implementation and practice*. Person Education Limited United Kingdom.
- Chang, ST. (1999). World production of cultivated edible and medicinal mushrooms in 1997 with emphasis on Lantinus edodes (Berk) Sing. in China. Inter J Med Mushrooms, 1. 291- 300.
- Chen-ling dan Lie Ting. 2006. *Assesment Of Internet Marketing and Competitive Strategies For Leisure Farming Industry In Taiwan*. Jounal of American Academy of Business. ISSN 15401200. Volume 8 Issue 2, p. 296-300. Cambridge.
- Driyani, Dewi. 2015. *Aplikasi E-Commers Penjualan Kramik (Studi Kasus: Pt Maha Kramindo Perkasa)*. Volume 5 No. 1:28-29.
- Fadilla, Nur. 2010. *Tips Budidaya Jamur Tiram*. Yokyakarta: Genius Publisher.
- Fitri, Irna. 2016. *Analisis promosi penjualan online, harga, kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan pembelian online*. Universitas Lampung.

- Husnul, Aini. 2019. *Analisis Strategi Pemasaran jamur Tiram di UD. Kenanga Kecamatan Ampenan Selatan Kota Mataram*. Universitas Muhamadiyah Mataram.
- Idri, Hadis. 2015. *Ekonomi: Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Jagdish, N. S., dan Sharma, A. 2005. International E-Marketing: Opportunites and Issues. <http://search.proquest.com>.
- Khitler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia Jilid Satu*. Jakarta: prentice Hall.
- Kim,W.G dan Kim, H.B. 2004. *Mesuarung Customer-Based Restaurand Brend Equity, Cornel Hotel And Restaurand Administration Quarterly*. Vol 45 No 2.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen pemasaran Jilid satu, edisi ketiga belas*. PT. Indeks. Jakarta.
- Kurniawati dan Arifin. *Strategi pemasaran melalui media sosial dan minat beli mahasiswa*. Vol 1 No 2. Universitas Sumatra Utara.
- Lee lian fen, Amy Hutton, dan Susan Shu. 2015. *The role of social media in the capital market: Evidence from consumer product recalls*. Forthcoming Journal of Accounting Research.
- Morgan dan Hunt dalam Ferdinan, 2006. *Buku Pegangan Kuliah Kebijakan Pemasaran*.
- Nadyah. 2011. *Dasar-Dasar Mikrobiologi Untuk Mahasiswa Ilmu Kesehatan*. Makassar: Alauddin University Press.
- Nugraha, A,P. 2006. *Analisis Efisiensi Saluran Pemasaran Jamur Tiram Segar Di Bogor, Provinsi Jawa Barat*. Institute Pertanian Bogor.
- Onggo, Bob Julius. 2004. *Cyber Public Relations*. Jakarta: PT Media Elex Komputindo.
- Pasaribu, T. 2002. *Aneka Jamur Unggulan Yang Menembus Pasar*. Jakarta. Grasindo.
- Pasaribu, T. 2002. *Aneka Jamur Unggulan Yang Menembus Pasar*. Jakarta: Grasindo.
- Purwanti, Irwan dan Sriono. 2017. *Eksplorasi Faktor-faktor Online Marketing Yang Memengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Belanja Online Pada Naufal Bag Collection*. Volume IV No 1. Universitas Jember.
- Purwanto, Suryadi. 2004. *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Moderen*. Jakarta: PT Salemba Emban Patria.
- Rahmat. 2011. *Untung Besar Bisnis Jamur Tiram*. PT Agromedia Puataka. Jakarta.
- Ratu, Sanny, Aryani. 2013. *Studi Deskriptif Kinerja Di Maasing-Masing Bagian Di Lembaga Penjaminan Mutu Pendidikan Provinsi Jawa Barat*. Universitas Indonesia.

- Rozmiza, Zainol. M., Davies, W., Rose, C. R. A., Jabil, M., & Marzuki, M. (2016). *Prospects for Increasing Commercial Mushroom Production in Malaysia: Challenges and Opportunities*. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 7(1). 406-415.
- Ryan, Pane, Mardiana. 2020. *Pengujian beberapa varietas jamur tiram pada kombinasi mediaserbuk ampas tebu dan serbuk gergajian dengan penambahan molase dan limbah ampas tahu*. Fakultas Pertanian, Universitas Medan Area.
- S. Joni Munarso. 2016. *Penanganan Pasca Panen Untuk Peningkatan Mutu Dan Daya Saing Komoditas Kakao*. *Jurnal Litbang Pertanian*. Vol. 35 No. 3.
- Setigama, Rosa. 2014. *Pertumbuhan dan produktifitas jamur tiram putih ( pleurotus ostreatus) dengan komposisi media tumbuh serbuk gergaji kayu segon, tandan kosong kelapa sawit, dan ampas tahu yang berbeda*. Skripsi program studi Pendidikan Biologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sugiono. 2004. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Permada Media.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhari, Rieyke Ustadiyanto. 2007. *E-Business Plan: Perencanaan, Pembangunan dan Strategi di Internet*. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: UPI PRESS.
- Suhari, Rieyke Ustadiyanto. 2007. *E-Business Plan: Perencanaan, Pembangunan Dan Starategi Di Internet*. Penerbit Andi. Yokyakarta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2011. *Landasan Psikologi Proses Pendidikan*. Bandung: Remaja Rodakarya.
- Syam, Farhan. 2019. *Permintaan tinggi bisnis jamur tiram tawarkan omzet hingga rp 100 juta sebulan*. <http://bit.ly/whatsaaptribuntimur>. 17-10-2019,19:46.
- Tjitrosoepomo. 2014. *Gembong. Taksonomi Tumbuhan Schizophyta, Thallophyta, bryophyta, dan Pteridophyta*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2014.
- Widhianto, Chandra Wibowo. 2002. *E-Business: Teknologi Dan Peluang Bisnis Di Indonesia*. Volume 3 No. 1 19-31.
- Widjajakusuma. 2002. *Pengantar Manajemen Syariah*. Jakarta: khairul bayan.
- Wusan, Rebecca haelyn. 2017. *Analisis Penggunaan E-Commerce Agribisnis Pada Pemasaran Bawang Merah Dan Cabai Merah (Studi Kasus Platform E-commerce Sikumis dan Limakilo)*. Institut Pertanian Bogor.

## Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

### Kuisisioner Penelitian

#### Kata Pengantar

Saya Retno Widya Pangestuti G21116013, mahasiswa Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin Makassar yang sedang melakukan penelitian mengenai “*PENGARUH FAKTOR-FAKTOR PEMASARAN ONLINE TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN JAMURTIRAM DI KOTA MAKASSAR : studi kasus pada pelaku usaha jamur tiram di Kota Makassar*”. Segala informasi yang diberikan dalam angket/kuisisioner ini hanya untuk kepentingan penelitian semata bukan untuk disebar. Oleh karena itu, saya meminta kesediaan Bapak/Ibu untuk meluangkan sedikit waktu untuk mengisi angket dengan tebal dan teliti. Atas perhatian dan partisipasinya saya mengucapkan terimakasih.

1. Tulislah identitas diri anda
2. Bacalah setiap item pertanyaan yang ada dengan seksama
3. beilah tanda ceklis pada jawaban yang tersedia berikut ini:

#### Identitas Responden

Nama responden :  
Jenis kelamin :  
Lokasi usaha jamur :

No	Pertanyaan	Sangat Setuju	Setuju	Ragu-ragu	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1.	Saya menjadikan media sosial dan <i>market place</i> menjadi tempat pemasaran jamur tiram ke Konsumen					
2.	Saya membuat <i>brend</i> untuk mengenalkan jamur tiram ke Konsumen					
3.	Saya memanfaatkan dukungan dari mulut ke mulut untuk memasarkan jamur tiram					
4.	Saya mencantumkan harga jamur tiram pada kemasan					

5.	Saya memberikan potongan harga apabila konsumen membeli dalam jumlah banyak					
6.	Saya membarikan penawaran harga yang relative terjangkau pada konsumen menengah kebawah					
7.	Saya mencantumkan tanggal expayer pada kemasan jamur tiram					
8.	Saya memberikan reputasi yang baik kepada konsumen dalam melakukan pembelian					
9.	Saya mengupload ke media sosial tentang kepuasan konsumen membeli jamur tiram					
10.	Saya memberikan kemudahan terhadap transaksi pembayaran					
11.	Saya memberikan kemudahan kepada konsumen dengan menyediakan layanan pengantaran produk jamur tiram					
12.	Saya memilih kemasan yang membuat jamur tiram tidak mudah rusak					
13.	Saya mampu menjual jamur tiram setiap bulannya sekitar 50-70kg jamur tiram mentah					
14.	Penjualan jamur tiram naik sebesar 70%					
15.	Penjualan jamur meningkat akibat adanya olahan yang saya sediakan seperti nugget, kaldu jamur dll					

## Lampiran 2 Identitas Responden

No	Nama	Gender	Umur	Pengalaman Berani (Tahun)	Pendidikan	Luas Kumbung (m <sup>2</sup> )
1	Nur Shela	P	27	3	S1	144
2	M. Iqbal	L	42	4	SMA	156
3	Nirwan	L	24	3	S1	85
4	Nur Afni	P	30	4	S1	86
5	Hendra Maryadi	L	34	3	S1	80
6	Ika Faradilla	P	23	3	S1	64
7	Siti Afrah Annisa	P	23	4	S1	70
8	Akmal Iksan	L	27	3	S1	90
9	Zulfikar	L	19	1	SMA	95
10	Tomo	L	27	3	S1	73
11	Ayu	P	25	4	S1	153
12	Rama	L	27	3	S1	121
13	Anti	P	30	4	D3	150
14	Wiwi	P	30	3	S1	135
15	Ruslan	L	32	3	S1	120
16	Candra	L	30	2	SMA	130
17	Pandi	L	32	4	S1	156
18	Wahid	L	35	2	S1	131
19	Intan	P	34	2	S1	149
20	Ibu diyah	P	48	4	SMA	110

### Lampiran 3 Data Hasil Wawancara (Data Ordinal)

No	Nama	Promosi Penjualan				Harga				Kepercayaan				Kemudahan				Volume Penjualan			
		X1. 1	X1. 2	X1. 3	Jumlah	X2. 1	X2. 2	X2. 3	Jumlah	X3. 1	X3. 2	X3. 3	Jumlah	X4. 1	X4. 2	X4. 3	Jumlah	Y1	Y2	y3	Jumlah
1	Nur Shela	4	4	2	10	4	3	2	9	4	3	4	11	4	2	5	11	4	4	5	13
2	M. Iqbal	2	2	4	8	4	3	4	11	4	2	2	8	2	4	4	10	4	3	4	11
3	Nirwan	4	2	2	8	2	3	2	7	4	3	1	8	3	3	2	8	5	2	3	10
4	Nur Afni	3	2	1	6	1	2	3	6	2	4	1	7	2	4	1	7	4	2	2	8
5	Hendra Maryadi	1	2	4	7	4	4	1	9	2	3	4	9	5	3	2	10	2	5	3	10
6	Ika Faradilla	2	4	2	8	3	1	1	5	3	3	3	9	3	5	5	13	3	4	4	11
7	Siti Afrah Annisa	3	2	2	7	2	2	2	6	4	2	2	8	2	3	3	8	4	2	3	9
8	Akmal Iksan	2	1	4	7	1	4	3	8	4	4	3	11	4	2	5	11	4	4	4	12
9	Zulfikar	2	4	2	8	3	3	2	8	3	2	4	9	3	3	2	8	3	4	4	11
10	Tomo	4	4	4	12	1	3	4	8	4	5	4	13	3	4	2	9	4	4	5	13
11	Ayu	2	3	3	8	3	2	2	7	1	3	3	7	4	1	2	7	3	3	4	10
12	Rama	4	3	4	11	3	5	2	10	3	4	4	11	4	1	3	8	4	5	4	13
13	Anti	4	1	2	7	2	1	1	4	3	3	2	8	2	3	2	7	5	4	3	12
14	Wiwi	4	1	4	9	2	1	2	5	4	3	3	10	2	2	3	7	3	5	3	11
15	Ruslan	4	2	4	10	3	2	2	7	2	4	2	8	1	2	4	7	4	4	3	11
16	Candra	2	4	4	10	4	2	2	8	4	3	2	9	2	3	4	9	4	4	5	13
17	Pandi	4	1	4	9	3	4	2	9	4	2	1	7	3	3	2	8	2	4	4	10
18	Wahid	4	3	2	9	2	3	1	6	3	4	1	8	5	3	1	9	3	4	3	10
19	Intan	3	4	5	12	1	2	3	6	4	3	1	8	2	4	4	10	5	4	4	13
20	ibu diyah	5	5	4	14	2	3	1	6	4	4	1	9	4	3	2	9	4	4	4	12

### Lampiran 4 Data Interval Promosi Penjualan

Col	Category	Freq	Prop	Cum	Density	Z	Scale
1.000	1.000	1.000	0.050	0.050	0.103	-1.645	1.000
	2.000	6.000	0.300	0.350	0.370	-0.385	2.172
	3.000	3.000	0.150	0.500	0.399	0.000	2.872
	4.000	9.000	0.450	0.950	0.103	1.645	3.720
	5.000	1.000	0.050	1.000	0.000		5.125
2.000	1.000	4.000	0.200	0.200	0.280	-0.842	1.000
	2.000	6.000	0.300	0.500	0.399	0.000	2.003
	3.000	3.000	0.150	0.650	0.370	0.385	2.590
	4.000	6.000	0.300	0.950	0.103	1.645	3.291
	5.000	1.000	0.050	1.000	0.000		4.463
3.000	1.000	1.000	0.050	0.050	0.103	-1.645	1.000
	2.000	7.000	0.350	0.400	0.386	-0.253	2.254
	3.000	1.000	0.050	0.450	0.396	-0.126	2.873
	4.000	10.000	0.500	0.950	0.103	1.645	3.648
	5.000	1.000	0.050	1.000	0.000		5.125

Sucesive Interval	X1.1	X1.2	X1.3	Jumlah
	3.720	3.291	2.254	9.264
	2.172	2.003	3.648	7.823
	3.720	2.003	2.254	7.977
	2.872	2.003	1.000	5.876
	1.000	2.003	3.648	6.651
	2.172	3.291	2.254	7.716
	2.872	2.003	2.254	7.129
	2.172	1.000	3.648	6.820
	2.172	3.291	2.254	7.716
	3.720	3.291	3.648	10.659
	2.172	2.590	2.873	7.635
	3.720	2.590	3.648	9.958
	3.720	1.000	2.254	6.974
	3.720	1.000	3.648	8.368
	3.720	2.003	3.648	9.371
	2.172	3.291	3.648	9.111
	3.720	1.000	3.648	8.368
	3.720	2.590	2.254	8.564
	2.872	3.291	5.125	11.289
	5.125	4.463	3.648	13.236



## Lampiran 5 Data Interval Harga

Succesive Detail							
Col	Category	Freq	Prop	Cum	Density	Z	Scale
1.000	1.000	4.000	0.200	0.200	0.280	-0.842	1.000
	2.000	6.000	0.300	0.500	0.399	0.000	2.003
	3.000	6.000	0.300	0.800	0.280	0.842	2.796
	4.000	4.000	0.200	1.000	0.000		3.800
2.000	1.000	3.000	0.150	0.150	0.233	-1.036	1.000
	2.000	6.000	0.300	0.450	0.396	-0.126	2.012
	3.000	7.000	0.350	0.800	0.280	0.842	2.885
	4.000	3.000	0.150	0.950	0.103	1.645	3.733
	5.000	1.000	0.050	1.000	0.000		4.617
3.000	1.000	5.000	0.250	0.250	0.318	-0.674	1.000
	2.000	10.000	0.500	0.750	0.318	0.674	2.271
	3.000	3.000	0.150	0.900	0.175	1.282	3.220
	4.000	2.000	0.100	1.000	0.000		4.026

Succesive Interval			Jumlah
X2.1	X2.2	X2.3	
3.800	2.885	2.271	8.956
3.800	2.885	4.026	10.711
2.003	2.885	2.271	7.160
1.000	2.012	3.220	6.232
3.800	3.733	1.000	8.533
2.796	1.000	1.000	4.796
2.003	2.012	2.271	6.287
1.000	3.733	3.220	7.953
2.796	2.885	2.271	7.953
1.000	2.885	4.026	7.911
2.796	2.012	2.271	7.080
2.796	4.617	2.271	9.685
2.003	1.000	1.000	4.003
2.003	1.000	2.271	5.274
2.796	2.012	2.271	7.080
3.800	2.012	2.271	8.083
2.796	3.733	2.271	8.801
2.003	2.885	1.000	5.889
1.000	2.012	3.220	6.232
2.003	2.885	1.000	5.889

## Lampiran 6 Data Interval Kepercayaan

Col	Category	Freq	Prop	Cum	Density	Z	Scale
1.000	1.000	1.000	0.050	0.050	0.103	-1.645	1.000
	2.000	3.000	0.150	0.200	0.280	-0.842	1.884
	3.000	5.000	0.250	0.450	0.396	-0.126	2.599
	4.000	11.000	0.550	1.000	0.000		3.782
2.000	2.000	4.000	0.200	0.200	0.280	-0.842	2.000
	3.000	9.000	0.450	0.650	0.370	0.385	3.199
	4.000	6.000	0.300	0.950	0.103	1.645	4.291
	5.000	1.000	0.050	1.000	0.000		5.463
3.000	1.000	6.000	0.300	0.300	0.348	-0.524	1.000
	2.000	5.000	0.250	0.550	0.396	0.126	1.967
	3.000	4.000	0.200	0.750	0.318	0.674	2.549
	4.000	5.000	0.250	1.000	0.000		3.430

Sucesive Interval	X3.1	X3.2	X3.3	Jumlah
	3.782	3.199	3.430	10.411
	3.782	2.000	1.967	7.749
	3.782	3.199	1.000	7.981
	1.884	4.291	1.000	7.175
	1.884	3.199	3.430	8.513
	2.599	3.199	2.549	8.347
	3.782	2.000	1.967	7.749
	3.782	4.291	2.549	10.622
	2.599	2.000	3.430	8.029
	3.782	5.463	3.430	12.675
	1.000	3.199	2.549	6.748
	2.599	4.291	3.430	10.320
	2.599	3.199	1.967	7.765
	3.782	3.199	2.549	9.530
	1.884	4.291	1.967	8.141
	3.782	3.199	1.967	8.948
	3.782	2.000	1.000	6.782
	2.599	4.291	1.000	7.890
	3.782	3.199	1.000	7.981
	3.782	4.291	1.000	9.073

## Lampiran 7 Data Interval Kemudahan

Col	Category	Freq	Prop	Cum	Density	Z	Scale
1.000	1.000	1.000	0.050	0.050	0.103	-1.645	1.000
	2.000	7.000	0.350	0.400	0.386	-0.253	2.254
	3.000	5.000	0.250	0.650	0.370	0.385	3.126
	4.000	5.000	0.250	0.900	0.175	1.282	3.842
	5.000	2.000	0.100	1.000	0.000	8.210	4.818
2.000	1.000	2.000	0.100	0.100	0.175	-1.282	1.000
	2.000	4.000	0.200	0.300	0.348	-0.524	1.894
	3.000	9.000	0.450	0.750	0.318	0.674	2.821
	4.000	4.000	0.200	0.950	0.103	1.645	3.828
	5.000	1.000	0.050	1.000	0.000		4.818
3.000	1.000	2.000	0.100	0.100	0.175	-1.282	1.000
	2.000	8.000	0.400	0.500	0.399	0.000	2.196
	3.000	3.000	0.150	0.650	0.370	0.385	2.945
	4.000	4.000	0.200	0.850	0.233	1.036	3.441
	5.000	3.000	0.150	1.000	0.000		4.309

Sucesive Interval	X4.1	X4.2	X4.3	Jumlah
	3.842	1.894	4.309	10.046
	2.254	3.828	3.441	9.523
	3.126	2.821	2.196	8.144
	2.254	3.828	1.000	7.082
	4.818	2.821	2.196	9.836
	3.126	4.818	4.309	12.254
	2.254	2.821	2.945	8.020
	3.842	1.894	4.309	10.046
	3.126	2.821	2.196	8.144
	3.126	3.828	2.196	9.151
	3.842	1.000	2.196	7.039
	3.842	1.000	2.945	7.788
	2.254	2.821	2.196	7.271
	2.254	1.894	2.945	7.093
	1.000	1.894	3.441	6.335
	2.254	2.821	3.441	8.516
	3.126	2.821	2.196	8.144
	4.818	2.821	1.000	8.639
	2.254	3.828	3.441	9.523
	3.842	2.821	2.196	8.860

## Lampiran 8 Interval Volume Penjualan

Succesive Detail							
Col	Category	Freq	Prop	Cum	Density	Z	Scale
1.000	2.000	2.000	0.100	0.100	0.175	-1.282	2.000
	3.000	5.000	0.250	0.350	0.370	-0.385	2.975
	4.000	10.000	0.500	0.850	0.233	1.036	4.029
	5.000	3.000	0.150	1.000	0.000		5.309
2.000	2.000	3.000	0.150	0.150	0.233	-1.036	2.000
	3.000	2.000	0.100	0.250	0.318	-0.674	2.708
	4.000	12.000	0.600	0.850	0.233	1.036	3.695
	5.000	3.000	0.150	1.000	0.000		5.109
3.000	2.000	1.000	0.050	0.050	0.103	-1.645	2.000
	3.000	7.000	0.350	0.400	0.386	-0.253	3.254
	4.000	9.000	0.450	0.850	0.233	1.036	4.403
	5.000	3.000	0.150	1.000	0.000		5.617

Succesive Interval			Jumlah
Y1	Y2	y3	
4.029	3.695	5.617	13.342
4.029	2.708	4.403	11.141
5.309	2.000	3.254	10.563
4.029	2.000	2.000	8.029
2.000	5.109	3.254	10.362
2.975	3.695	4.403	11.074
4.029	2.000	3.254	9.283
4.029	3.695	4.403	12.128
2.975	3.695	4.403	11.074
4.029	3.695	5.617	13.342
2.975	2.708	4.403	10.087
4.029	5.109	4.403	13.541
5.309	3.695	3.254	12.258
2.975	5.109	3.254	11.338
4.029	3.695	3.254	10.978
4.029	3.695	5.617	13.342
2.000	3.695	4.403	10.099
2.975	3.695	3.254	9.924
5.309	3.695	4.403	13.408
4.029	3.695	4.403	12.128

## Lampiran 9 Hasil Olah Data (SPSS)

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.794 <sup>a</sup>	.630	.531	1.058632	2.041

a. Predictors: (Constant), Kemudahan, Promosi Penjualan , Harga, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Volume Penjualan

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.580	4	7.145	6.375	.003 <sup>a</sup>
	Residual	16.811	15	1.121		
	Total	45.391	19			

a. Predictors: (Constant), Kemudahan, Promosi Penjualan , Harga, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Volume Penjualan

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.439	2.094		1.165	.262		
Promosi Penjualan	.378	.150	.430	2.515	.024	.843	1.186
Harga	.072	.148	.078	.484	.635	.944	1.060
Kepercayaan	.489	.192	.464	2.540	.023	.740	1.351
Kemudahan	.114	.184	.103	.621	.544	.904	1.106

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

# Lampiran 10 F Tabel

## F Tabel

$\alpha = 0,05$

$df = n - k - 1$

$= 20 - 5 - 1$

$= 14$

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.48	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

## Lampiran 11 T Tabel

### T Tabel

$$\alpha = 0,05$$

$$df = n - k - 1$$

$$= 20 - 5 - 1$$

$$= 14$$

dk	$\alpha$ untuk Uji Satu Pihak ( <i>one tail test</i> )					
	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005
	$\alpha$ untuk Uji Dua Pihak ( <i>two tail test</i> )					
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01
1	1,000	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657
2	0,816	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925
3	0,765	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841
4	0,741	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604
5	0,727	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032
6	0,718	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707
7	0,711	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499
8	0,706	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355
9	0,703	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250
10	0,700	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169
11	0,697	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106
12	0,695	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055
13	0,692	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012
14	0,691	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977
15	0,690	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947
16	0,689	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921
17	0,688	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898
18	0,688	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878
19	0,687	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861
20	0,687	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845
21	0,686	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831
22	0,686	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819
23	0,685	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807
24	0,685	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797
25	0,684	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787
26	0,684	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779
27	0,684	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771
28	0,683	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763
29	0,683	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756
30	0,683	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750
40	0,681	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704
60	0,679	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660
120	0,677	1,289	1,658	1,980	2,358	2,617
$\infty$	0,674	1,282	1,645	1,960	2,326	2,576

Lampiran 12 dokumentasi

