



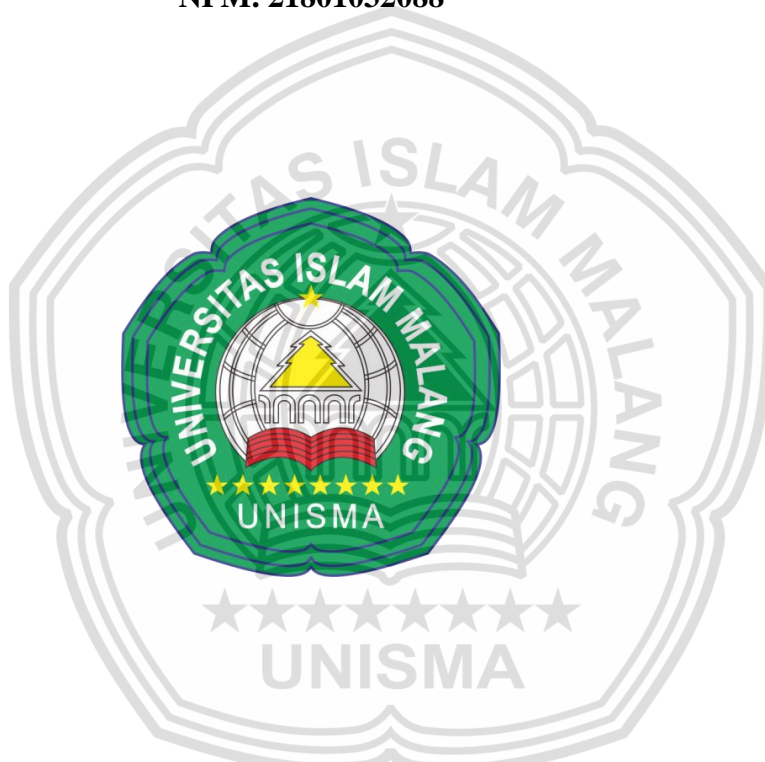
**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN JUS  
AGRISETA PADA LABORATORIUM “ HOME AGROINDUSTRI MODEL  
UNISMA”**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**DIMAS ADIATAMA**

**NPM. 21801032088**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

**MALANG**

**2022**

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN JUS  
AGRISETA PADA LABORATORIUM “HOME AGROINDUSTRI MODEL  
UNISMA”**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu Syarat**

**untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian Strata Satu (S-1)**

**Oleh :**

**DIMAS ADIATAMA**

**21801032088**



**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS**

**FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

**MALANG**

**2022**

### **Abstract**

*In making purchases, there are many factors that influence the purchase of Agriseta juice, therefore producers must be able to identify the factors that influence the purchase of Agriseta juice in order to produce in accordance with the factors that influence the purchase so that consumers are willing to buy Agriseta juice. The purpose of this study was to determine the sales trend of agriseta juice in the Unisma model home agro-industry laboratory, to determine the factors that influence the purchase of agriseta juice in the Unisma model home agro-industry laboratory. This research was conducted in the Unisma model home agro-industry laboratory. Determination of the sample using purposive sampling method with a sample of 73 respondents. The type of data in this study used primary data obtained from questionnaires. Assessment of the questionnaire using a Likert score and multiple linear regression analysis. The results obtained indicate that the factors that influence the dominant purchase influencing the purchase is the perception with the largest value of 0.291. This is because perceptions affect purchases, where consumers in buying agriseta juice are subjective according to the needs and personal experiences of consumers. With this research, it can be used as a consideration for producers in improving product quality according to the factors that influence purchases so that sales of agriseta juice can increase.*

*Keywords: Factors Influencing the Purchase , Agriseta juice*

### **Abstrak**

Dalam melakukan pembelian banyak faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian jus Agriseta, oleh karena itu produsen harus dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian jus Agriseta agar dapat menghasilkan yang sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian sehingga konsumen berkenan membeli jus Agriseta. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui tren penjualan jus agriseta dilaboratorium home agroindustri model Unisma, Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian jus agriseta dilaboratorium home agroindustri model Unisma.

Penelitian ini dilakukan di laboratorium home agroindustri model Unisma. Penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel 73 responden. Jenis data pada penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner. Penilaian kuesioner menggunakan skor *likert* dan dianalisis regresi linear berganda. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian dominan yang mempengaruhi pembelian adalah persepsi dengan nilai terbesar 0,291. Hal tersebut dikarenakan persepsi berpengaruh terhadap pembelian, dimana konsumen dalam membeli jus agriseta sesuai subjektif dengan kebutuhan dan pengalaman pribadi konsumen. Dengan adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan produsen dalam meningkatkan kualitas produk disesuaikan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian agar penjualan jus agriseta bisa meningkat.

Kata kunci: Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pembelian , jus Agriseta



## BAB I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri di Indonesia saat ini dalam keadaan stagnan, atau dengan kata lain berada jalan di tempat. Hal ini dilatar belakangi dari berbagai kondisi yang ada di Indonesia saat ini, terutama adalah kondisi perekonomian. Melihat perkembangan tersebut maka banyak perusahaan atau pelaku bisnis membuat berbagai macam cara untuk memikat konsumen agar bisnis yang mereka geluti tidak termakan efek dari krisis yang dihadapi saat ini. Salah satu jenis industri yang yang tidak terlalu mengalami efek dari kondisi ekonomi yang sedang krisis adalah industri minuman. Hal ini dilatar belakangi karena setiap orang pasti membutuhkan minuman untuk memenuhi kebutuhan dahaga mereka. Hal ini menyebabkan lahirnya berbagai jenis produk minuman, jenis produk minuman yang umum kita kenal adalah seperti: jus, kopi, teh, dan lainnya. (Asnawi, 2019)

Salah satu jenis produk minuman yang sudah dikenal secara umum adalah jus. Jus merupakan minuman penyegar yang banyak dimanfaatkan sebagai kesehatan tubuh. Jus dapat diminum dalam setiap waktu, setiap tempat, setiap acara. Jenis-jenis minuman jus ada berbagai macam rasa dan variasi. Jus merupakan olahan dari berbagai macam buah-buahan yang diolah sehingga menghasilkan produk jus yang memiliki masing-masing variasi dan rasa yang berbeda (HARYSA, 2012)

Mengonsumsi jus adalah hal yang sangat penting dan menjadi kebutuhan untuk menunjang kesehatan badan dan mengurangi resiko terkena penyakit. Menurut Adhi Siswaja Lukman, Ketua Bidang Kerja-Sama dan Advokasi GAPMMI, tren minuman jus memang meningkat, terlebih di kalangan menengah atas karena sudah menjadi bagian

dari gaya hidup sehat.

Hidup sehat adalah keinginan banyak orang. Itulah sebabnya, untuk mencapai tingkat kesehatan yang maksimal, sebagian orang menghindari bahan-bahan berbahaya. Salah satunya, bahan pengawet. Peduli akan dampak buruk bahan pengawet ini, Agriseta Laboratorium Home Agroindustri Model Universitas Islam Malang memproduksi jus bebas bahan pengawet.

Jus merupakan salah satu minuman yang paling digemari banyak orang. Jus termasuk bahan penyegar yang cita rasanya digemari konsumen. Cita rasa jus dipengaruhi oleh jenis buah-buahan dan cara pengolahan. Jus banyak digemari oleh masyarakat terutama kaum perempuan. Berbagai macam varietas buah-buahan yang diproduksi oleh Laboratorium Home Agroindustri Model Unisma secara umum yaitu wanas, sirsak, jambu, dan arga. Jumlah permintaan produk jus cukup tinggi dipasar. Bagi petani, Jus bukan hanya sekedar minuman segar dan berkhasiat, tetapi juga mempunyai arti ekonomi yang cukup penting. Buah-buahan yang akan diolah menjadi jus telah menjadi sumber pendapatan bagi para petani, maka tingkat persaingan di industri minuman sudah pasti sangat tinggi. Namun demikian karena tingkat konsumsi jus buah-buahan masih rendah, peluang industri ini sangat menjanjikan semakin bermunculan dan saling menawarkan kelebihan. Jus Agriseta juga mendesain kemasan dengan bentuk tulisan yang bagus dan menjaga kualitas produk yang dihasilkan.

Dalam lima tahun terakhir, permintaan terhadap makanan dan minuman jadi meningkat dari tahun ke tahun, baik di dunia maupun di Indonesia. Mengacu pada Badan Pusat Statistik (BPS), yaitu data Survei Sosial Ekonomi Pertanian Indonesia (SUSENAS), bahwa share pengeluaran rumah tangga terhadap makanan dan minuman

jadi (prepared food and beverages) adalah terbesar kedua setelah padi-padian (karbohidrat). Pada tahun 2016 share pengeluaran makanan dan minuman jadi hampir 20% dari total pengeluaran rumah tangga, sedangkan share pengeluaran padi-padian sebesar 21,56%. Pada tahun 2021, data BPS published terbaru, menunjukkan bahwa share pengeluaran rumah tangga terhadap makanan dan minuman jadi rumah tangga di Indonesia meningkat menjadi 31.74%, di perkotaan sebesar 35.55%, dan di perdesaan sebesar 25.47%. Sedangkan share pengeluaran padi-padian menurun menjadi sebesar 11.20% untuk Indonesia, sebesar 9.55% untuk rumah tangga perkotaan, dan sebesar 13.92% untuk rumah tangga di perdesaan BPS, (2022). Data empiris ini menegaskan bahwa seiring dengan meningkatnya pendapatan, maka trend konsumsi makanan dan minuman jadi meningkat sehingga permintaan meningkat.

Pergerakan tingkat penjualan jus merupakan proses alami karena penjualan jus selalu berubah-ubah setiap waktu tidak menentu sehingga diperlukan analisis untuk melihat pergerakan penjualan jus Agriseta dalam periode tertentu. Penjualan jus Agriseta di Laboratorium Home Agroindustri Model Unisma masih berdasarkan harga dipasaran sehingga penjualan jus Agriseta mengikuti permintaan konsumen. Penjualan jus Agriseta dengan mempertimbangkan hidup sehat menjadi fenomena di kalangan masyarakat di Indonesia termasuk di Kota Malang.

Laboratorium Home Agroindustri Model yang berada di jurusan sosial ekonomi fakultas pertanian Universitas Islam Malang yang pendiriannya diperoleh dari PHK A2 yang didanai oleh DIKTI pada tahun 2007 sampai 2009. Letak Home Agroindustri Model ini berada di Jl MT Hariyono No 193 ( Di belakang gedung F yang tepatnya bersebelahan langsung dengan koperasi Universitas Islam Malang). Keberadaan

Laboratorium Home Agroindustri ini sangat mendukung jurusan untuk bisa menghasilkan suatu produk pertanian yang nantinya dapat memberikan nilai tambah bagi produk tersebut. Laboratorium Home Agroindustri Model di dalamnya terdapat alat-alat yang mendukung untuk proses pengembangan wirausaha dikalangan mahasiswa Fakultas Pertanian Prodi Agrobisnis khususnya.

Dengan didukung oleh sarana dan prasarana yang ada maka mahasiswa dapat berlatih untuk berwirausaha. Adapun usaha yang selama ini telah berkembang di Laboratorium Home Agroindustri yaitu pengembangan usaha minuman berbasis buah dan sayur. Usaha minuman berbasis buah cukup semarak karena peluang pasar yang cukup potensial. Khususnya, pada produk kemasan yang siap minum. Program ini berkelanjutan dengan adanya alat mesin pembuatan kripik buah dan sayur. Alat mesin pengolahan produk tersebut bisa bermanfaat untuk mahasiswa Universitas Islam Malang (UNISMA) khususnya prodi 5 Agrobisnis dan juga disamping itu untuk masyarakat di luar kampus berupa pelatihan.

Produk - produk yang dihasilkan oleh Laboratorium Home Agroindustri Model adalah sebagai berikut ini :

**Tabel 1. Macam – Macam Jus Agriseta**

No	Jus (Minuman)	Kripik
1.	Wornas (wortel dan nanas)	Nangka
2.	Sirsak	Pepaya
3.	Jambu Merah	Buncis
4.	Arga (arbei dan buah naga)	Tape

Sumber : Data lab. Home Agroindustri Model

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penulis mengambil topik tentang “Faktor - faktor yang Mempengaruhi Pembelian Jus Agriseta Pada Laboratorium Home Agroindustri Model Unisma”. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan



pertimbangan produsen dalam mengembangkan produk jus buah dan sayur , harus memperhatikan kualitas buah dan sayuran yang diproduksi laboratorium home agroindustri model Unisma.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat ditarik rumusan masalah penelitian yaitu:

1. Bagaimana trend penjualan jus Agriseta Laboratorium Home Agroindustri Model Unisma ?
2. Bagaimana faktor - faktor yang mempengaruhi pembelian jus Agriseta Laboratorium Home Agroindustri Model Unisma ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan antara lain yaitu:

1. Menganalisis trend penjualan jus Agriseta di Laboratorium Home Agroindustri Model Unisma.
2. Menganalisis faktor – faktor yang mempengaruhi pembelian jus Agriseta di Laboratorium Home Agroindustri Model Unisma.

## 1.4 Batasan Masalah

Batasan pada penelitian ini, untuk mengetahui apakah faktor-faktor berpengaruh dalam jumlah pembelian jus Agriseta ditinjau dari distribusi jawaban responden dan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi dalam jumlah pembelian jus Agriseta ditinjau dari analisis regresi linear berganda. Responden penelitian yang digunakan adalah responden konsumen Jus Agriseta.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas,maka manfaat penelitian adalah sebagai berikut :

### 1. Bagi peneliti

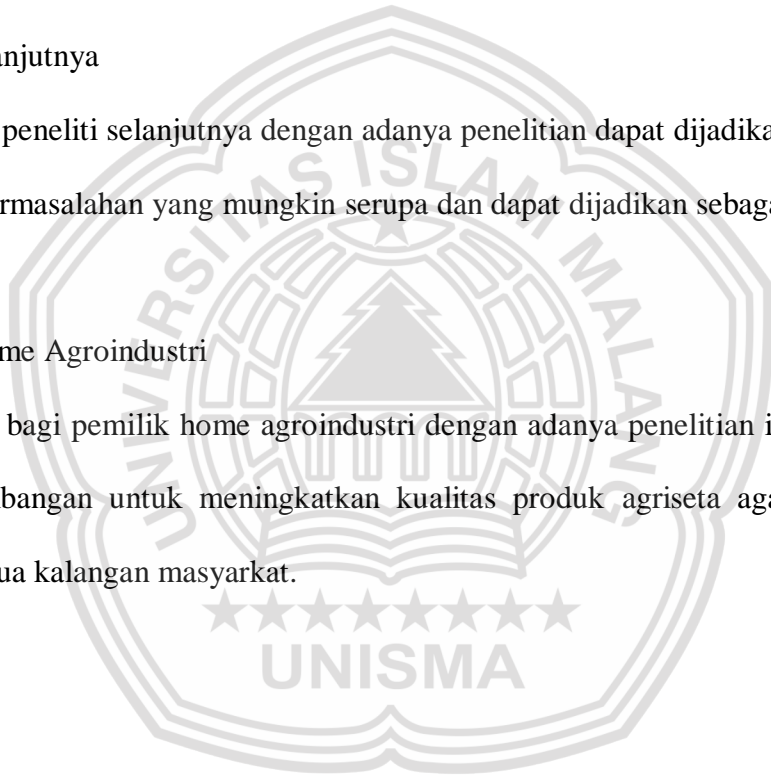
Diharapkan bahwa dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai faktor-faktor terhadap pembelian jus Agriseta.

### 2. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya dengan adanya penelitian dapat dijadikan bahan referensi untuk permasalahan yang mungkin serupa dan dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan.

### 3. Bagi Pemilik Home Agroindustri

Diharapkan bagi pemilik home agroindustri dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan untuk meningkatkan kualitas produk agriseta agar dapat diserap oleh semua kalangan masyarakat.



## BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan hasil pembahasan yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Trend penjualan jus Agriseta pada bulan Januari – Juni tahun 2022 mengalami pergerakan yang fluktuatif .
2. Faktor yang berpengaruh signifikan dalam pembelian jus Agriseta adalah variabel kelas sosial (x3) dan variabel persepsi (x5) sedangkan faktor yang tidak berpengaruh signifikan adalah variabel pendapatan (x1), pekerjaan (x2), dan budaya (x4).

### 6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh saran sebagai berikut:

1. Dalam meningkatkan minat konsumsi konsumen terhadap jus Agriseta maka diperlukan strategi untuk lebih mengenalkan kembali jus Agriseta agar lebih dikenal oleh berbagai kalangan masyarakat dikarenakan khasiatnya berdampak baik bagi kesehatan.
2. Dalam meningkatkan penjualan jus Agriseta dapat dilakukan dengan meningkatkan persepsi atau asumsi masyarakat terhadap jus Agriseta bahwa jus ini memiliki khasiat yang bermanfaat bagi kesehatan.
3. Kepada peneliti selanjutnya, diharapkan apabila dalam penelitian mengambil judul tentang faktor-faktor dalam pembelian, dapat memilih metode serta variabel yang berbeda sehingga diperoleh perbandingan hasil pengkajian yang lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhim, C. (2020). Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Pada Butik Yulia Grace. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(1), 239–247.
- Agus, T. B., & Imamudin, Y. (2014). *Elektronik Data Prosesing (SPSS 15 dan EVIEWS 7)*. Danisa Media, Yogyakarta.
- Ariyanti, K., & Iriani, S. S. (2014). Pengaruh persepsi nilai dan persepsi resiko terhadap niat beli kosmetik organik. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), 1186–1196.
- Asih, P. S., Rawi, R. D. P., & Rahayu, A. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fastfood KFC Di Kota Sorong (Studi Kasus Mega Mall Kota Sorong). *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(3), 352–356.
- Asnawi, A. (2019). Persepsi Konsumen atas Kualitas Produk , Harga , dan Merk terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Minuman Kopi Kapal Api ( Studi Kasus terhadap Mahasiswa di Universitas Dr . Soetomo ). *Jurnal Inovasi Dan Bisnis*, 1(3), 56–130.
- Devi, S. R. M., & Hartono, G. (2015). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sayuran organik. *Agric*, 27(1), 60–67.
- Dewi, Y. I. (2014). Faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku pencegahan kanker serviks pada wanita usia subur. Riau University.
- Edward, E., Chan, S., & Majid, M. S. A. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Produk Apple Di Banda Aceh. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 8(3).
- Eliza, E. S., & Kaswita, C. (2011). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Buah di Pasar Arengka (Pasar Tradisional) dan Giant Hypermarket (Pasar Modren) di Keca-matan Tampan Kota Pekanbaru. *Indo-Nesian Journal of Agricultural Economics (IJAE)* Volume, 2.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan Ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 96.
- Habriyanto, H. (2019). Studi Kualitatif Pola Konsumsi Masyarakat Kota Jambi pada Bulan Ramadhan Berdasarkan Faktor Sosial. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 3(2), 123–128.

- Harysa, L. A. (2012). Pengaruh Motivasi, Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kemasan Merek “Teh Pucuk Harum.” Semarang , Universitas Diponogoro, 2015.
- Hernama, H., & Handrijaningsih, L. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal, Citra Merk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Impor Di Kalangan Mahasiswa. *Ug Journal*, 15(2).
- Hidayat, A. A. (2021). Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas. Health Books Publishing.
- Hilma, L., Sayuti, K., & Taib, G. (2010). Pengaruh perlakuan pendahuluan pada daun murbei (*morus alba l*) terhadap karakteristik minuman effervescent yang dihasilkan (Skripsi). Prodi Teknologi Hasil Pertanian. Universitas Andalas.
- Istiqomah, G. A. (2021). Pengaruh Edukasi Terhadap Perilaku Penggunaan Obat Tradisional Di Desa Babai Kecamatan Karau Kuala Di Masa Pandemi Covid 19.
- Keller, P., & Kotler, P. (2012). Manajemen Pemasaran Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). Principles of marketing. Pearson education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). Principle of marketing 14th Ed. Library of Congress Cataloging-in-Publication Data. Pg1-8.
- Laksono, D. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh gaya hidup dan pendapatan terhadap keputusan pembelian Helm Kbc. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(2), 145–154.
- Limbong, T., Muttaqin, M., Iskandar, A., Windarto, A. P., Simarmata, J., Mesran, M., Sulaiman, O. K., Siregar, D., Nofriansyah, D., & Napitupulu, D. (2020). Sistem Pendukung Keputusan: Metode & Implementasi. Yayasan Kita Menulis.
- Mohammad, A., & Madanijah, S. (2015). Konsumsi buah dan sayur anak usia sekolah dasar di Bogor. *Jurnal Gizi Dan Pangan*, 10(1).
- Nalendra, A. R. A. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Provider By U. *Ekonomi Dan Bisnis (Ekobis)* 45, 1(1), 26–31.
- Oktaviani, E. P. (2014). Kualitas dan aktivitas antioksidan minuman probiotik dengan variasi ekstrak buah naga merah (*Hylotreceus polyrhizus*). *Jurnal Teknobiologi*, 1–15.
- Pramana, I., Yasa, I., & Karmini, N. L. (2017). Pengaruh faktor ekonomi, sosial dan demografi terhadap pendidikan anak nelayan di Kabupaten Badung. *Jurnal Piramida*, 13(1), 51–58.



- Prasetyorini, P., Moerfiah, M., Wardatun, S., & Rusli, Z. (2014). Potensi Antioksidan Berbagai Sediaan Buah Sirsak [Annona Muricata Linn. Nutrition and Food Research, 37(2), 137–144.
- Ramadhani, W. S., Handayanto, E., Nuraini, Y., & Rahmat, A. (2020). Aplikasi Limbah Cair Nanas dan Kompos Kotoran Sapi untuk Meningkatkan Populasi Mikroorganismes Pelarut Fosfat di Ultisol, Lampung Tengah. J Teknik Pertanian Lampung, 2, 78–84.
- Rasajati, Q. P., Raharjo, B. B., & Ningrum, D. N. A. (2015). Faktor-faktor yang berhubungan dengan kepatuhan pengobatan pada penderita hipertensi di wilayah kerja puskesmas kedungmundu kota semarang. Unnes Journal of Public Health, 4(3).
- Robert Kurniawan, B. Y. (2016). Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya dengan R.
- Rusnani, R., & Susilowati, D. (2021). Faktor–Faktor Sosial Ekonomi Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Keripik Apel Ramayana (Studi Kasus: Ukm Ramayana Agro Mandiri, Jawa Timur). *JU-ke (Jurnal Ketahanan Pangan)*, 4(2), 1–6.
- Saputra, R., & ISLAM, S. A. D. A. N. P. (2011). Teologi Transformatif (Studi Pemikiran Mansour Fakih). Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Shara Noor, W., & Ikasari, H. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Sayuran Di Pasar Tradisional Di Kota Semarang.
- Simamora, F., & Syah, D. H. (2020). Analisis Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Karakteristik Personal Auditor terhadap Penghentian Prematur atas Prosedur Audit. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 77–84.
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.
- Sugiyono, D. (2018). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D/Sugiyono. Bandung: Alfabeta, 15(2010).
- Suhartini, M., Khotimah, K., & Hidayat, R. (2020). Persepsi Konsumen dan Pengambilan Keputusan Pembelian Terhadap Produk Sehat Di Asri Organik-Sehat Tambakrejo Jombang. *AGROSAINTIFIKA*, 2(2), 131–146.
- Supriyono, R. A. (2016). Akuntansi Keperilakuan. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.



- Sutanto, S., Ghozali, I., & Handayani, R. S. (2018). Faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan sistem informasi pengelolaan keuangan daerah (sipkd) dalam perspektif the unified theory of acceptance and use of technology 2 (utaut 2) di kabupaten semarang. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing*, 15(1), 37–68.
- Sutini, S., Mushofan, M., Ilmia, A., Yanti, A. D., Rizky, A. N., & Lailiyah, S. (2020). Efektivitas pembelajaran daring dengan menggunakan e-learning madrasah terhadap optimalisasi pemahaman Matematika siswa. *JRPM (Jurnal Review Pembelajaran Matematika)*, 5(2), 124–136.
- Syahfari, H. (2013). Identifikasi hama lalat buah (Diptera: Tephritidae) pada berbagai macam buah-buahan. *Ziraa'ah Majalah Ilmiah Pertanian*, 36(1), 32–39.
- Wahyudian, W., Sumarwan, U., & Hartoyo, H. (2004). Analisis Faktor–Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Kopi dan Analisis Pemetaan Beberapa Merek Kopi dan Implikasinya pada Pemasaran Kopi. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 1(1), 33–41.
- Wawan, A., & Dewi, M. (2010). Teori dan pengukuran pengetahuan, sikap dan perilaku manusia. Yogyakarta: Nuha Medika, 12.
- Widarjono, A. (2017). *Ekonometrika pengantar dan aplikasi disertai panduan eviews*. Yogyakarta: UPP. STIM YKPN.

