

DAFTAR PUSTAKA

- Adib, A., & Suhartono, A. W. (2014). Perancangan *corporate identity* dan promosi destinasi Agrowisata Salak Pondoh Desa Bangunkerto Turi Sleman Yogyakarta. *Jurnal DKV Adiwarna*, **1**(4), 13.
- Afriyani, E. R. (2015). Bauran pemasaran jasa agrowisata little farmers (studi kasus pada Agrowisata *Little Farmers* unit koperasi karyawan PT. Bio Farma Kecamatan Cisarua Kabupaten Bandung Barat). *J. Agrokektan*. **2** (1) : 42- 52.
- Anindita, R., Baladian N, (2016). Pemasaran Produk Pertanian. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Ashari, S. (2013). Salak: *The Snake Fruit*. Universitas Brawijaya Press. Malang.
- Assauri, S. (2012). *Strategic Marketing Sustaining Lifetime Costumer Value*, Rajawali Pers: Jakarta.
- Assauri, S. (2015). Manajemen Pemasaran. Raja Grafindo. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. (2022). Produksi Tanaman Buah-buahan 2022. <https://www.bps.go.id/indicator/55/62/1/produksi-tanaman-buah-%09buah.html>. (diakses tanggal: 20 Oktober 2022).
- Badan Pusat Statistik. (2022). Rata-rata Konsumsi Per Kapita Seminggu Menurut Jenis Komoditi Makanan Kelompok Buah-buahan (kilogram), 2020-2022. <https://sukabumikota.bps.go.id/indicator/5/192/1/rata-rata-konsumsi-per-kapita-seminggu-menurut-jenis-komoditi-makanan-kelompok-buah-buahan.html>. (diakses tanggal 21 Oktober 2022).
- Barbieri, C., & Mshenga, P. M. (2008). *The role of the firm and owner characteristics on the performance of Agritourism Farms*. J. Compilation 2008 European Society for Rural Sociology. **48** (2) : 166-183.
- Buchari, A. (2011). Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. Alfabeta. Bandung.
- Danang, S. (2013). Manajemen Pemasaran (Pendekatan Konsep, Kasus dan psikologi Bisnis). CAPS. Yogyakarta.
- Drakel, A. (2014). Kajian marjin pemasaran kopra di Kecamatan Oba di Kota Tidore kepulauan. *J. Ilmiah Agribisnis dan Perikanan*. **1**(3): 45-52.
- Faitihudin . D & Anang, F. (2019). Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan). CV Budi Utama. Yogyakarta.

- Fakhriyan A. (2016). Strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) 7p (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*) di Cherryka Bakery. *J. Pendidikan Teknik Boga*. **3**(1): 8-21.
- Fandy, T & Greforius, C. (2014). Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian). *Yogyakarta: Andi*, 32.
- Fatihudin & Firmansyah. (2019). Pemasaran Jasa (1st ed.): Deepublish Publisher. Yogyakarta.
- Gaina, R. S., & Indriyani, A. R. A. (2024). Strategi Pengembangan Obyek Wisata pada Agrowisata Salak Pondoh di Bangunkerto Kabupaten Sleman, Yogyakarta. *Book Chapter*.
- Ghozali, I. (2005). Analisis *Multivariate* dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Guntur, A. F. (2014). Strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan gas elpiji 3 kg pada PT. Putra Sinbar Gas di Kabupaten Sinjai. *Jurnal Manajemen*. **4**(2), 25-42.
- Hamidah, H., Radiansah, D., & Ramadhia, M. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Tingkat Penjualan Produk Minuman Aloe Vera Sp. di Kota Pontianak (Studi Kasus pada IKM I Sun Vera). *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, **5**(1), 226-234.
- Hastuti, W., Setyowati, S., & Rini, W. A. (2018). Pengaruh variasi buah salak pada pembuatan selai pancake terhadap sifat fisik, sifat organoleptik dan kadar serat. *Poltekkes Kemenkes Yogyakarta*.
- Haryanto, T. (2014). Identifikasi Dan Penataan Kawasan Agrowisata Salak Pondoh Bangunkerto Kecamatan Turi Sleman (*Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).
- Hurriyati, Ratih. 2015. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, Cetakan Keempat. Alfabeta: Bandung
- Istiqomah, N., & Sari, D. K. (2023). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian buah jeruk keprok di Desa Selorejo, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang. *J. Ketahanan Pangan*, **7**(2), 284-293.
- Jumanta. (2019). Buku Pintar: Tumbuhan. Elex Media Komputindo: Jakarta.

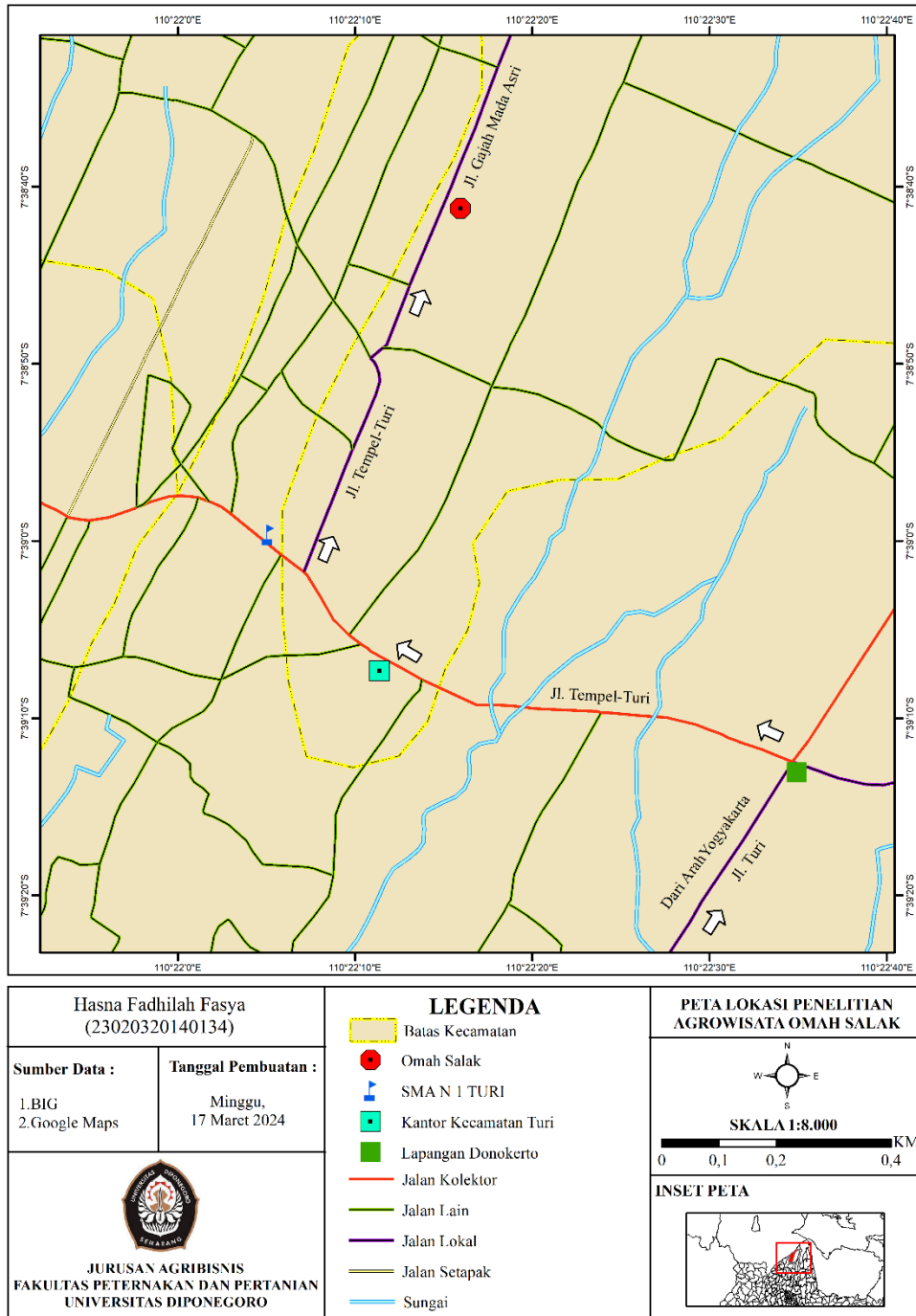
- Karim, D., Sepang, J. L., & Lumanauw, B. (2014). Marketing mix pengaruhnya terhadap volume penjualan pada PT. Manado Sejati Perkasa Group. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1).
- Karta, I. W., & Susila, E. (2015). Kandungan gizi pada kopi biji salak (*Salacca zalacca*) produksi kelompok tani abian salak di Desa Sibetan yang berpotensi sebagai produk pangan lokal berantioksidan dan berdaya saing. *Jurnal Virgin*, 1 (2), 123–133.
- Khusna, G. K., & Oktafani, F. (2017). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dunkin'Donuts Bandung. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 11(1), 27-36.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid I Edisi XII. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* 13. Pearson Prentice Hall: New Jersey.
- Kurniawan, R. dan B. Yuniarto. (2016). *Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya dengan R*. Kencana, Jakarta
- Laitera, I., & Nivak, C. L. H. S. (2022). Analisa strategi bauran pemasaran dan promosi terhadap minat berkunjung wisatawan di Kusuma Agrowisata Malang. *Kritis*, 31(2), 150-171.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi Ketiga. Salemba Empat: Jakarta.
- Madura, J. (2001). *Pengantar Bisnis*. Penerjemah: Saroyini, Salemba Empat. Jakarta.
- Maskan, Muhammad. (2018). *Kewirausahaan*. UPT Percetakan dan Penerbitan. Malang.
- Medyana Putra. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan pada UD. Wayan Singaraja Tahun 2014. J. Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen. 4 (2).
- Nissak, A. (2016). Pengaruh Pemberian Air Rebusan Kulit Salak Terhadap Kadar Glukosa Pada Mencit (*Mus musculus*). *Doctoral dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surabaya.

- Nurchahyo, F., & Wahyuati, A. (2016). Pengaruh bauran pemasaran terhadap volume penjualan pada restoran McDonald's Delta Plaza Surabaya. *J. Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, **5** (4), 1-12.
- Nurhayati, T., & Darwansyah, A. (2013). Peran struktur organisasi dan sistem remunerasi dalam meningkatkan kinerja. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, **14**(1), 1-16.
- Prajoso, I., Analiasari, dan Sutarni. (2019). Saluran distribusi bayam potong segar di Gapoktan PQR Kabupaten Bandung Barat. *J. Agribisnis*. **1**(1): 1-10.
- Pratami, A. M., Sudjoni, M. N., & Hindarti, S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Jeruk Keprok. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, **8**(2), 1-12.
- Priyatno, D. (2010). Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendadaran. Gaya Media: Yogyakarta.
- Rahayu, K. S., & Zaini, A. (2017). Pengaruh Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Makanan dan Minuman di Bara Bara Eat & Grill Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, **2**(1), 29-32.
- Rahmawati, Y., Sarengat, W., & Marzuki, S. (2014). Analisis pola saluran pemasaran dan margin pemasaran pada usaha ternak Ayam Broiler pola kemitraan di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal. *J. Animal Agriculture*, **3** (3): 443-449.
- Ratih, H. (2010). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. CV. Alfabeta: Jakarta.
- Rusli, M. (2014). Pengelolaan Statistik yang Menyenangkan. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Salatoen, M. R., Widowati, I., & Santosa, A. (2020). Analisis pengaruh bauran pemasaran (*marketing mix*) terhadap volume penjualan jamu herbal (studi kasus pada PT. Perusahaan Jamu Tradisional Dr. Sardjito). *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, **16** (2), 63-78.
- Santoso, S. (2003). Statistik Deskriptif: Konsep dan Aplikasi dengan Microsoft Excel dan SPSS, Edisi Revisi. ANDI: Yogyakarta
- Saputra, T., & Utami, B. C. (2017). Pelatihan Pelayanan Prima Tentang Perilaku Pemberi Layanan Di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru. *Warta Lpm*, **20**(2), 61-66.

- Setyaningsih, F. D. (2009). Analisis preferensi konsumen terhadap buah salak (*Salacca edulis*) di pasar tradisional kota Surakarta.
- Sigilipu, S. (2013). Pengaruh penerapan informasi akuntansi manajemen dan sistem pengukuran kinerja terhadap kinerja manajerial. *J. EMBA*, **1** (3) : 239-247.
- Sinaga, Y. K. (2018). Analisis Kelayakan Finansial Dan Strategi Pengembangan Usahatani Salak Pondoh Di Kecamatan Stm Hulu Kabupaten Deli Serdang.
- Suddin, A. F. (2013). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Produk Ayam Pedaging Di Kota Makassar. *Jurnal Ilmu dan Industri Peternakan*, **1**(1), 1-12.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. CV Alfabeta, Bandung.
- Suharyadi dan Purwanto. (2011). Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern. Salemba Empat, Jakarta.
- Sukotjo, H., & Radix, S. A. (2010). Analisa Marketing Mix-7P (*Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence*) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, **1**(2), 216-228.
- Sumarwan, U. (2015). Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku konsumen dan Marketing Plan. PT Penerbit IPB Press: Bogor.
- Wahyuni, T., & Zuhriyah, A. (2020). Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Puduk di Toko Sari Kelapa. *Agriscience*, **1**(1), 232-243.
- Widarko, A. (2014). Pengaruh kinerja bauran pemasaran (7P) terhadap nilai pelanggan pada restoran ikan bakar nila di Malang. *J. Ekonomi*, **1**(10): 39-47.
- Yanti, R. R., & Novarista, N. (2017). Analisis bauran pemasaran Teh Herbal asam gelugur (*Garcie tea*) pada komoditas lokal bioversity di Kabupaten Sijunjung. *J. Agrifo Agribisnis Universitas Malikussaleh*, **2** (2): 62-72.

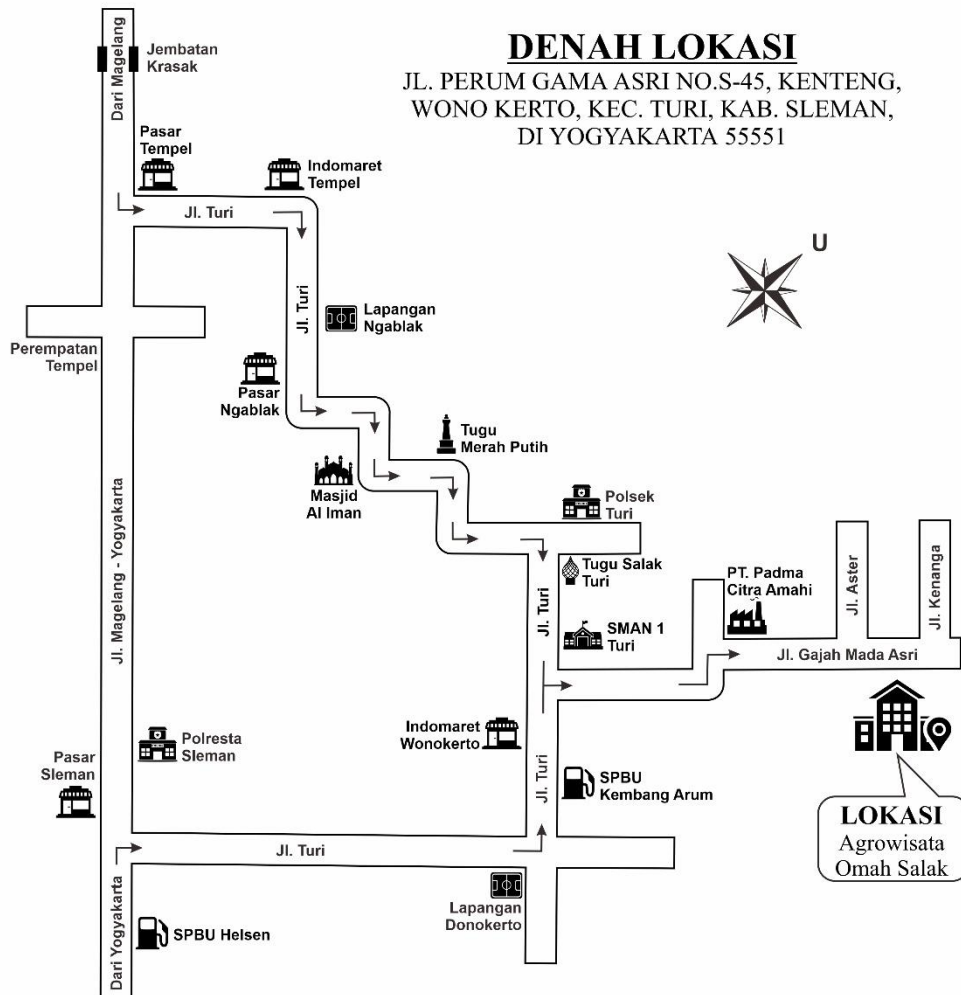
Lampiran 1. Lokasi Penelitian

Peta Agrowisata Omah Salak



Lampiran 1. (Lanjutan)

Denah Agrowisata Omah Salak



Lampiran 2. Daftar Kuesioner Penelitian

KUESIONER RESPONDEN

ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN BUAH SALAK DI AGROWISATA OMAH SALAK KECAMATAN TURI KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA

Sehubungan dengan penelitian yang akan saya lakukan guna penyusunan skripsi yang berjudul “**Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Buah Salak Di Agrowisata Omah Salak Kecamatan Turi Kabupaten Sleman Yogyakarta**” di Universitas Diponegoro, maka dengan kerendahan hati saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk mengisi kuesioner dibawah ini. Informasi yang Anda berikan sangat berarti bagi penelitian saya. Atas kerjasama dan kesediaannya, Saya ucapkan Terimakasih.

A. Identitas Responden

Berilah tanda **Ceklis** (✓) pada kolom dibawah ini sesuai dengan kondisi Bapak/Ibu/Saudara(i) sekalian:

1. Nama :
2. Jenis kelamin :

(.....) Laki-laki	(.....) Perempuan
-------------------	-------------------
3. Umur :

(.....) 18 – 24 Tahun	(.....) 25 – 45 Tahun
(.....) > 45 Tahun	
4. Pendidikan :

(.....) SD	(.....) D3/Akademi
(.....) SMP	(.....) S1/Sarjana
(.....) SMA/SMK/Sederajat	(.....) > S1

Lampiran 2. (Lanjutan)

5. Pekerjaan :

- | | |
|-----------------------------|--------------------------|
| (.....) Pelajar / Mahasiswa | (.....) Ibu Rumah Tangga |
| (.....) Pegawai Negeri | (.....) Wiraswasta |
| (.....) Pegawai Swasta | (.....) Lain-lain |

6. Penghasilan :

- (.....) Rp 500.000 – Rp 1.500.000 /bulan
- (.....) Rp 1.500.000 – Rp 3.000.000 /bulan
- (.....) > Rp 3.000.000 /bulan

7. Sudah berapa kali anda berkunjung ke Agrowisata Omah Salak :

- (.....) 1 – 2 kali
- (.....) 3 – 4 kali
- (.....) \geq 5 kali

8. Rata-rata jumlah pembelian buah salak saat anda berkunjung ke

Agrowisata Omah Salak :

- (.....) 1 – 2 kilogram
- (.....) 3 – 4 kilogram
- (.....) \geq 5 kilogram

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Mohon dengan hormat, kesediaan dari Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk mengisi seluruh pertanyaan yang ada pada kuesioner ini dengan sebenar-benarnya.

Lampiran 2. (Lanjutan)

2. Berilah tanda **Ceklis** (✓) pada kolom dibawah ini mengenai pernyataan berikut sesuai dengan keadaan sesungguhnya.
3. Terdapat 5 pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pernyataan, yaitu:

Sangat Setuju (SS) : Nilai/Bobot 5

Setuju (S) : Nilai/Bobot 4

Ragu-Ragu (R) : Nilai/Bobot 3

Tidak Setuju (TS) : Nilai/Bobot 2

Sangat Tidak Setuju (STS) : Nilai/Bobot 1

Kuesioner:

1. *Product* (X_1)

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Produk buah salak yang dijual oleh Agrowisata Omah Salak memiliki ukuran yang besar.					
2.	Produk buah salak yang dijual oleh Agrowisata Omah Salak memiliki rasa yang segar ketika dikonsumsi.					
3.	Produk buah salak yang dijual oleh Agrowisata Omah Salak memiliki daya tahan simpan lebih dari 5 hari sejak pembelian.					
4.	Produk buah salak yang dijual oleh Agrowisata Omah Salak memiliki kemasan yang menarik.					

2. *Price* (X_2)

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Agrowisata Omah Salak menawarkan harga produk yang terjangkau bagi konsumen.					

Lampiran 2. (Lanjutan)

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
2.	Agrowisata Omah Salak menawarkan harga yang sesuai dengan kualitas produk.					
3.	Agrowisata Omah Salak menawarkan harga yang sesuai dengan manfaat buah salak.					
4.	Agrowisata Omah Salak menawarkan harga lebih murah dibandingkan penjual lain.					
5.	Agrowisata Omah Salak menawarkan promosi / potongan harga yang menarik.					
6.	Agrowisata Omah Salak menawarkan pengalaman wisata sesuai dengan harga yang dibayarkan.					

3. *Place* (X₃),

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Lokasi dari Agrowisata Omah Salak mudah untuk dijangkau menggunakan kendaraan umum.					
2.	Lokasi dari Agrowisata Omah Salak dekat fasilitas publik sehingga memudahkan konsumen.					
3.	Agrowisata Omah Salak menyediakan tempat parkir yang nyaman untuk kendaraan.					
4.	Agrowisata Omah Salak menyediakan fasilitas toilet umum yang memadai.					
5.	Agrowisata Omah Salak menyediakan fasilitas musholla yang bersih sehingga konsumen menjadi nyaman saat berkunjung.					
6.	Lokasi Agrowisata Omah Salak dapat dilacak dan jelas terbaca melalui <i>google maps</i>					

Lampiran 2. (Lanjutan)

4. *Promotion* (X₄),

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Agrowisata Omah Salak memiliki penunjuk lokasi yang jelas sehingga memudahkan untuk ditemukannya lokasi.					
2.	Konsep promosi yang dilakukan oleh Agrowisata Omah Salak sesuai dengan kenyataan yang ada.					
3.	Gaya bahasa promosi yang digunakan oleh Agrowisata Omah Salak mudah untuk dipahami.					
4.	Agrowisata Omah Salak menampilkan promosi yang sangat menarik perhatian untuk membeli produk buah salak.					

5. *People* (X₅),

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Karyawan di Agrowisata Omah Salak menggunakan pakaian rapih saat melayani konsumen.					
2.	Karyawan di Agrowisata Omah Salak mampu menjelaskan dengan rinci mengenai buah salak.					
3.	Karyawan di Agrowisata Omah Salak melayani dengan ramah.					
4.	Karyawan di Agrowisata Omah Salak cepat tanggap saat melayani konsumen.					

6. *Process* (X₆),

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Agrowisata Omah Salak memberikan kemudahan pemilihan ukuran buah berkualitas saat melakukan pemesanan produk kepada konsumen.					

Lampiran 2. (Lanjutan)

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Agrowisata Omah Salak memberikan kemudahan pemilihan ukuran buah berkualitas saat melakukan pemesanan produk kepada konsumen.					
2.	Agrowisata Omah Salak memberikan kemudahan proses pembayaran saat melakukan transaksi.					
3.	Proses transaksi di Agrowisata Omah Salak sangat cepat					

7. Physical Evidence (X₇),

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
1.	Saya merasa lokasi Agrowisata Omah Salak bersih					
2.	Saya merasa fasilitas di Agrowisata Omah Salak memberikan pengalaman wisata edukasi.					
3.	Saya merasa tata ruang / design lokasi di Agrowisata Omah Salak menarik					
4.	Saya merasa nyaman saat berkunjung ke Agrowisata Omah Salak					
5.	Saya merasa puas atas pengalaman berwisata di Agrowisata Omah Salak					
6.	Saya merasa suasana yang segar saat berwisata di Agrowisata Omah Salak					

8. Volume Penjualan (Y)

- a. Berapa jumlah volume pembelian (kg) ketika anda berkunjung ke lokasi Agrowisata Omah Salak?
- b. Apakah anda akan melakukan pembelian kembali di Agrowisata Omah Salak?

Lampiran 2. (Lanjutan)

KUESIONER PEMILIK AGROWISATA OMAH SALAK ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP VOLUME PENJUALAN BUAH SALAK DI AGROWISATA OMAH SALAK KECAMATAN TURI KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA

Sehubungan dengan penelitian yang akan saya lakukan guna penyusunan skripsi yang berjudul “**Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Buah Salak Di Agrowisata Omah Salak Kecamatan Turi Kabupaten Sleman Yogyakarta**” di Universitas Diponegoro, maka dengan kerendahan hati saya mohon kesediaan Bapak/Ibu selaku pemilik Agrowisata Omah Salak untuk menjawab kuesioner dibawah ini. Informasi yang Anda berikan sangat berarti bagi penelitian saya. Atas kerjasama dan kesediaannya, Saya ucapkan Terimakasih.

A. Identitas Responden (Pemilik Agrowisata Omah Salak)

Berilah tanda **Ceklis** (✓) pada kolom dibawah ini sesuai dengan kondisi Bapak/Ibu/Saudara(i) sekalian:

1. Nama :
2. Jenis kelamin :

(.....) Laki-laki	(.....) Perempuan
-------------------	-------------------
3. Umur :

(.....) < 18 Tahun	(.....) 25 – 45 Tahun
(.....) 18 – 24 Tahun	(.....) > 45 Tahun

B. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Nama Lokasi Penelitian :

Lampiran 2. (Lanjutan)

2. Alamat Lokasi :
3. Sumber Modal :
4. Nomor Ijin Usaha :
5. Waktu Pendirian Usaha :
6. Jumlah Karyawan :
7. Tahun Berdiri :
8. Latar Belakang didirikan :
9. Penentuan Lokasi usaha :
10. Pemilihan Komoditas :

C. Aspek Bauran Pemasaran

1. Bauran Produk :
 - a. Varian jenis buah salak apa saja yang ada di Agrowisata Omah Salak?
 - b. Berapa lama daya tahan produk saat masa penyimpanan?
 - c. Bagaimana kemasan produk yang digunakan? Apakah tercantum informasi yang berkaitan dengan produk tersebut?
 - d. Berapa jumlah rata-rata produksi (panen) perbulannya?
2. Bauran Harga :
 - a. Berapa harga setiap jenis varian buah salak yang ada per kilogram?
 - b. Apakah harga yang diberikan sudah sesuai dengan kualitas / mutu produk buah salak yang ditawarkan?

Lampiran 2. (Lanjutan)

- c. Apakah harga yang diberikan sudah terjangkau dan mampu bersaing dengan harga yang ada dipasaran?
 - d. Apakah harga yang diberikan sudah mampu meningkatkan jumlah pembelian untuk memperoleh laba yang maksimal?
3. Bauran Distribusi :
- a. Siapa sasaran calon konsumen yang dituju?
 - b. Bagaimana cara penyaluran produk kepada konsumen? Apakah terdapat pihak lain yang membantu proses distribusi?
 - c. Bagaimana cara untuk memberikan pelayanan yang nyaman kepada konsumen ketika datang secara langsung untuk melakukan pembelian ke Agrowisata Omah Salak?
4. Bauran Promosi :
- a. Bagaimana cara Agrowisata Omah Salak dalam mengenalkan produk kepada konsumen?
 - b. Strategi promosi / pemasaran apa yang digunakan dalam memasarkan produk? Strategi manakah yang paling maksimal?
 - c. Apakah Agrowisata Omah Salak menerapkan promosi penjualan berupa pemberian potongan harga (*discount*) kepada konsumen jika melakukan pembelian dalam jumlah banyak?
 - d. Apa kendala dalam melakukan promosi produk kepada konsumen? Solusi apa yang sudah dilakukan oleh Agrowisata Omah Salak dalam menghadapi kendala tersebut?

Lampiran 2. (Lanjutan)

5. Bauran Orang :
 - a. Berapa jumlah Karyawan yang bekerja di Agrowisata Omah Salak?
 - b. Apa saja *jobdesc* yang dilakukan oleh Karyawan yang bekerja di Agrowisata Omah Salak?
 - c. Bagaimana proses pelayanan yang diberikan oleh karyawan Agrowisata Omah Salak kepada konsumen?
6. Bauran Proses :
 - a. Bagaimana proses produksi buah salak yang dilakukan oleh Agrowisata Omah Salak?
 - b. Bagaimana proses transaksi jual beli yang terjadi di Agrowisata Omah Salak?
 - c. Apakah proses transaksi jual beli sudah maksimal?
7. Bauran Tampilan Fisik :
 - a. Apa saja fasilitas yang tersedia di Agrowisata Omah Salak?
 - b. Apa saja pilihan pengalaman wisata yang ditawarkan kepada konsumen yang ada di Agrowisata Omah Salak?
 - c. Apakah tema dari *design* tata ruang yang ada di Agrowisata Omah Salak?
 - d. Apa hal yang dapat dievaluasi dari lokasi Agrowisata Omah Salak?
 - e. Pengalaman / edukasi apa saja yang diberikan kepada pengunjung Agrowisata Omah Salak?

Lampiran 2. (Lanjutan)**D. Aspek Volume Penjualan**

1. Berapa jumlah rata-rata produksi (panen) yang dihasilkan pada setiap bulannya untuk setiap varian jenis buah salak?
2. Berapa jumlah rata-rata penjualan (kilogram) perbulan untuk setiap varian jenis buah salak?
3. Bagaimana pertumbuhan penjualan / pendapatan omset dari penjualan?
4. Apakah Agrowisata Omah Salak menerapkan *targeting* dalam melakukan penjualan produk buah salak setiap bulannya? Apakah target tersebut tercapai pada setiap bulannya?

Lampiran 3. Skor Jawaban Kuesioner

Skor Jawaban Variabel *Product*

No	Responden	P1	P2	P3	P4	Jumlah
1	1	4	5	5	4	18
2	2	4	4	5	4	17
3	3	4	5	5	4	18
4	4	5	5	5	4	19
5	5	4	5	4	4	17
6	6	4	5	4	4	17
7	7	4	4	5	4	17
8	8	4	4	5	4	17
9	9	4	4	5	5	18
10	10	5	5	4	5	19
11	11	5	5	5	5	20
12	12	3	5	5	5	18
13	13	4	5	5	5	19
14	14	4	5	5	5	19
15	15	4	5	5	5	19
16	16	5	5	4	4	18
17	17	5	4	4	4	17
18	18	5	5	5	4	19
19	19	4	5	4	5	18
20	20	4	4	4	5	17
21	21	4	5	4	5	18
22	22	4	4	4	4	16
23	23	5	5	4	5	19
24	24	4	4	5	5	18
25	25	4	5	4	5	18
26	26	4	4	4	4	16
27	27	5	5	5	4	19
28	28	4	4	4	4	16
29	29	4	4	5	5	18
30	30	5	5	5	4	19
31	31	3	4	4	4	15
32	32	5	4	4	4	17
33	33	5	5	5	5	20
34	34	4	5	4	3	16
35	35	3	4	5	3	15
36	36	4	5	5	3	17

Lampiran 3. (Lanjutan)

No	Responden	P1	P2	P3	P4	Jumlah
37	37	4	5	4	5	18
38	38	4	5	4	4	17
39	39	4	4	3	3	14
40	40	5	5	5	5	20
41	41	4	5	4	4	17
42	42	5	5	5	4	19
43	43	4	4	4	5	17
44	44	4	4	3	4	15
45	45	4	4	5	5	18
46	46	4	5	5	5	19
47	47	4	5	4	5	18
48	48	5	4	5	4	18
49	49	5	4	4	5	18
50	50	4	5	4	4	17
51	51	4	4	5	5	18
52	52	5	5	4	5	19
53	53	5	5	4	4	18
54	54	4	3	5	5	17
55	55	4	3	5	5	17
56	56	4	3	5	5	17
57	57	5	5	3	5	18
58	58	5	4	5	4	18
59	59	5	4	4	3	16
60	60	5	5	4	4	18
61	61	5	4	4	5	18
62	62	5	5	4	5	19
63	63	3	4	4	4	15
64	64	4	5	5	4	18
65	65	4	5	4	4	17
66	66	5	5	4	4	18
67	67	5	5	4	4	18
68	68	4	5	5	4	18
69	69	5	5	4	5	19
70	70	5	5	4	5	19
71	71	4	5	4	4	17
72	72	5	4	4	5	18
73	73	5	5	5	4	19
74	74	4	5	4	4	17

Lampiran 3. (Lanjutan)

No	Responden	P1	P2	P3	P4	Jumlah
75	75	4	5	4	5	18
76	76	5	4	4	5	18
77	77	5	4	5	4	18
78	78	5	4	5	4	18
79	79	5	5	4	4	18
80	80	5	4	5	5	19
81	81	4	4	4	5	17
82	82	4	5	4	5	18
83	83	5	5	4	5	19
84	84	5	5	5	4	19
85	85	5	4	3	5	17
86	86	4	5	4	4	17
87	87	5	5	5	4	19
88	88	4	5	4	4	17
89	89	3	4	5	3	15
90	90	5	5	5	4	19
91	91	5	5	5	4	19
92	92	4	5	5	4	18
93	93	5	5	5	4	19
94	94	4	5	5	4	18
95	95	4	4	4	4	16
96	96	4	5	5	4	18
97	97	4	5	5	4	18
98	98	4	4	4	4	16
99	99	4	4	5	4	17
100	100	4	4	4	4	16
Jumlah		436	457	443	434	1770
Rata-rata		4.36	4.57	4.43	4.34	17.7

Lampiran 3. (Lanjutan)Skor Jawaban Variabel *Price*

No	Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Jumlah
1	1	5	5	5	5	4	4	28
2	2	5	5	5	4	4	5	28
3	3	5	5	5	4	4	5	28
4	4	4	4	4	5	4	5	26
5	5	3	5	4	4	5	4	25
6	6	5	5	5	4	4	5	28
7	7	5	3	4	4	5	4	25
8	8	3	5	4	4	5	5	26
9	9	4	5	5	4	5	5	28
10	10	4	4	5	5	5	4	27
11	11	5	5	5	5	5	4	29
12	12	5	5	5	5	5	5	30
13	13	5	5	5	5	5	5	30
14	14	5	4	5	5	4	5	28
15	15	5	5	5	4	5	5	29
16	16	4	4	5	4	4	5	26
17	17	5	5	5	3	4	5	27
18	18	4	5	5	4	4	5	27
19	19	4	5	4	5	4	5	27
20	20	5	5	4	4	4	5	27
21	21	5	5	5	4	5	5	29
22	22	4	5	4	5	4	5	27
23	23	5	4	5	5	4	4	27
24	24	4	4	5	5	4	5	27
25	25	4	5	4	5	4	5	27
26	26	4	5	5	5	5	5	29
27	27	4	4	4	4	4	5	25
28	28	5	5	5	4	4	5	28
29	29	5	5	5	4	4	5	28
30	30	5	5	4	4	4	5	27
31	31	4	4	5	3	3	5	24
32	32	4	5	4	4	5	5	27
33	33	5	5	5	4	4	4	27
34	34	4	4	4	3	3	4	22
35	35	3	4	4	4	3	4	22
36	36	4	4	4	4	5	4	25
37	37	5	5	5	4	4	5	28

Lampiran 3. (Lanjutan)

No	Responden	P1	P2	P3	P4	Jumlah	No	Responden
38	38	5	5	5	4	4	4	27
39	39	5	4	4	4	4	5	26
40	40	5	5	5	5	5	4	29
41	41	5	5	5	4	4	5	28
42	42	4	4	4	5	5	5	27
43	43	5	5	5	5	5	4	29
44	44	4	4	4	3	4	4	23
45	45	5	4	4	5	5	4	27
46	46	5	4	4	4	4	4	25
47	47	4	5	4	4	4	4	25
48	48	5	5	5	4	4	5	28
49	49	5	4	5	5	4	5	28
50	50	5	5	5	5	5	4	29
51	51	5	4	4	4	4	5	26
52	52	5	5	4	4	4	5	27
53	53	5	3	4	4	5	5	26
54	54	4	5	4	5	5	3	26
55	55	4	5	3	4	4	3	23
56	56	4	5	3	4	4	3	23
57	57	4	4	5	4	4	3	24
58	58	5	3	4	5	5	4	26
59	59	5	4	5	5	4	5	28
60	60	3	5	4	5	5	4	26
61	61	3	4	5	4	5	5	26
62	62	4	5	3	5	4	5	26
63	63	4	4	4	5	4	4	25
64	64	5	4	5	5	5	4	28
65	65	5	4	4	5	5	4	27
66	66	5	4	4	5	4	4	26
67	67	5	4	4	5	4	5	27
68	68	5	4	4	5	4	5	27
69	69	4	4	5	5	4	5	27
70	70	4	4	4	5	4	5	26
71	71	5	5	4	5	5	5	29
72	72	5	5	4	5	5	4	28
73	73	5	5	4	5	4	4	27
74	74	5	4	5	4	4	4	26
75	75	5	4	5	4	4	5	27

Lampiran 3. (Lanjutan)

No	Responden	P1	P2	P3	P4	Jumlah	No	Responden
76	76	4	5	4	5	4	5	27
77	77	4	4	5	5	4	5	27
78	78	4	5	4	5	4	5	27
79	79	4	5	5	5	5	5	29
80	80	4	4	4	5	5	4	26
81	81	4	4	4	4	5	4	25
82	82	4	4	4	5	4	5	26
83	83	5	4	4	5	5	4	27
84	84	5	5	4	4	4	4	26
85	85	4	5	5	3	3	5	25
86	86	5	5	5	4	4	5	28
87	87	4	5	5	4	5	4	27
88	88	5	5	5	5	3	4	27
89	89	4	4	4	3	4	4	23
90	90	4	4	4	4	3	5	24
91	91	4	4	5	5	5	4	27
92	92	4	4	4	4	4	5	25
93	93	5	5	5	4	4	5	28
94	94	4	5	5	4	4	4	26
95	95	5	5	5	4	4	5	28
96	96	4	4	4	4	4	5	25
97	97	5	5	5	4	4	4	27
98	98	5	4	4	4	4	5	26
99	99	4	4	4	4	4	5	25
100	100	5	4	4	4	4	5	26
Jumlah		448	450	445	438	427	455	2663
Rata-rata		4.48	4.5	4.45	4.38	4.27	4.55	26.63

Lampiran 3. (Lanjutan)Skor Jawaban Variabel *Place*

No	Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Jumlah
1	1	5	4	4	3	3	4	23
2	2	5	4	5	5	5	5	29
3	3	5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	5	5	4	5	5	29
5	5	5	5	4	5	4	4	27
6	6	3	4	4	4	4	5	24
7	7	4	4	4	3	4	4	23
8	8	4	5	4	5	4	5	27
9	9	5	5	5	4	5	5	29
10	10	5	5	4	5	5	4	28
11	11	4	5	5	5	4	5	28
12	12	5	5	5	5	5	5	30
13	13	5	5	5	5	4	5	29
14	14	5	5	5	5	4	5	29
15	15	5	5	5	5	4	5	29
16	16	5	5	5	5	5	5	30
17	17	4	4	5	5	4	3	25
18	18	4	5	4	3	5	4	25
19	19	4	5	4	5	4	5	27
20	20	5	5	4	4	4	5	27
21	21	5	3	4	5	4	4	25
22	22	4	4	4	4	5	4	25
23	23	4	5	4	5	4	4	26
24	24	4	5	4	5	4	5	27
25	25	4	5	4	5	4	4	26
26	26	5	4	4	4	4	4	25
27	27	5	4	5	5	5	5	29
28	28	5	4	4	4	5	5	27
29	29	5	4	4	4	5	5	27
30	30	5	5	5	4	4	5	28
31	31	5	5	5	4	4	5	28
32	32	3	3	4	4	4	5	23
33	33	3	4	5	5	5	5	27
34	34	3	3	4	3	3	4	20
35	35	3	3	4	4	4	4	22
36	36	5	5	5	4	4	5	28
37	37	5	5	5	5	5	5	30

Lampiran 3. (Lanjutan)

No	Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Jumlah
38	38	3	5	5	4	4	5	26
39	39	3	2	4	4	4	4	21
40	40	4	4	4	5	5	5	27
41	41	4	4	4	4	4	5	25
42	42	4	4	5	4	4	4	25
43	43	4	4	4	5	4	5	26
44	44	4	4	4	4	4	4	24
45	45	5	5	4	5	5	5	29
46	46	5	5	5	4	5	4	28
47	47	5	5	5	4	4	5	28
48	48	5	4	4	5	5	4	27
49	49	5	5	4	4	5	5	28
50	50	4	3	4	5	4	4	24
51	51	4	4	5	5	5	5	28
52	52	5	4	4	5	5	5	28
53	53	4	4	5	3	4	4	24
54	54	5	5	4	5	3	5	27
55	55	5	5	4	5	5	3	27
56	56	5	5	4	5	3	4	26
57	57	5	5	4	5	3	5	27
58	58	5	3	5	4	5	4	26
59	59	4	5	3	4	5	4	25
60	60	5	4	5	4	5	4	27
61	61	4	4	5	4	4	4	25
62	62	5	4	5	4	5	4	27
63	63	3	3	4	4	3	5	22
64	64	5	4	5	5	5	4	28
65	65	5	4	5	5	5	4	28
66	66	5	4	5	5	5	4	28
67	67	5	4	4	5	5	5	28
68	68	5	4	5	5	5	4	28
69	69	4	5	4	4	5	4	26
70	70	5	4	5	5	4	5	28
71	71	4	4	5	4	5	5	27
72	72	5	5	4	4	4	5	27
73	73	5	5	4	5	5	5	29
74	74	5	5	4	5	5	4	28
75	75	4	4	5	5	5	4	27

Lampiran 3. (Lanjutan)

No	Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Jumlah
76	76	4	4	4	5	4	5	26
77	77	4	5	5	4	4	4	26
78	78	4	4	4	5	5	4	26
79	79	5	5	4	4	5	5	28
80	80	5	4	5	4	5	5	28
81	81	5	4	4	5	4	4	26
82	82	4	4	5	4	4	5	26
83	83	5	5	4	5	5	4	28
84	84	5	4	5	4	4	5	27
85	85	3	4	5	3	4	5	24
86	86	2	1	5	4	3	5	20
87	87	5	4	4	4	5	5	27
88	88	4	4	4	4	4	5	25
89	89	4	4	5	4	5	5	27
90	90	4	4	4	4	5	5	26
91	91	4	4	4	4	5	5	26
92	92	5	4	5	5	5	5	29
93	93	4	4	5	4	4	5	26
94	94	4	3	5	4	4	5	25
95	95	4	3	5	4	5	5	26
96	96	4	4	4	4	4	5	25
97	97	4	4	5	5	5	5	28
98	98	4	4	5	5	5	5	28
99	99	4	4	5	4	4	5	26
100	100	5	4	4	4	4	5	26
Jumlah		441	425	447	441	441	460	2655
Rata-rata		4.41	4.25	4.47	4.41	4.41	4.6	26.55

Lampiran 3. (Lanjutan)Skor Jawaban Variabel *Promotion*

No	Responden	P1	P2	P3	P4	Jumlah
1	1	4	4	5	4	17
2	2	4	4	4	4	16
3	3	4	5	5	4	18
4	4	5	4	4	4	17
5	5	5	5	4	4	18
6	6	5	5	5	4	19
7	7	5	4	4	4	17
8	8	4	4	3	5	16
9	9	5	5	5	5	20
10	10	5	5	3	4	17
11	11	5	5	5	5	20
12	12	5	5	5	5	20
13	13	5	5	5	5	20
14	14	5	5	5	5	20
15	15	5	5	5	5	20
16	16	4	4	4	4	16
17	17	4	5	4	5	18
18	18	4	5	5	4	18
19	19	4	5	4	5	18
20	20	5	5	4	5	19
21	21	5	5	4	5	19
22	22	5	4	5	4	18
23	23	4	5	5	5	19
24	24	4	5	5	4	18
25	25	4	5	5	4	18
26	26	5	5	5	5	20
27	27	4	4	4	5	17
28	28	5	4	4	4	17
29	29	4	4	4	4	16
30	30	5	4	4	4	17
31	31	5	4	4	3	16
32	32	3	3	4	3	13
33	33	5	5	5	5	20
34	34	4	4	4	4	16
35	35	5	4	4	4	17
36	36	4	4	4	4	16
37	37	4	5	5	5	19

Lampiran 3. (Lanjutan)

No	Responden	P1	P2	P3	P4	Jumlah
38	38	5	4	4	4	17
39	39	4	4	4	4	16
40	40	5	5	5	4	19
41	41	4	4	4	4	16
42	42	4	5	5	5	19
43	43	5	4	4	4	17
44	44	4	4	4	4	16
45	45	4	4	5	5	18
46	46	5	4	5	5	19
47	47	5	4	4	5	18
48	48	5	5	5	4	19
49	49	4	4	4	5	17
50	50	4	5	4	5	18
51	51	4	4	4	4	16
52	52	5	4	4	4	17
53	53	5	5	4	4	18
54	54	4	4	3	5	16
55	55	4	4	3	5	16
56	56	4	3	5	5	17
57	57	5	4	5	4	18
58	58	5	5	4	5	19
59	59	5	5	4	5	19
60	60	5	4	5	5	19
61	61	5	4	5	4	18
62	62	5	5	4	4	18
63	63	4	4	4	4	16
64	64	5	4	4	5	18
65	65	5	4	4	4	17
66	66	4	4	5	4	17
67	67	4	5	4	4	17
68	68	4	5	4	4	17
69	69	5	5	5	5	20
70	70	4	4	4	5	17
71	71	4	5	4	4	17
72	72	4	4	4	5	17
73	73	4	4	4	4	16
74	74	4	5	4	5	18
75	75	4	5	4	4	17

Lampiran 3. (Lanjutan)

No	Responden	P1	P2	P3	P4	Jumlah
76	76	4	4	4	5	17
77	77	5	5	5	4	19
78	78	5	4	5	4	18
79	79	5	5	4	5	19
80	80	5	5	5	4	19
81	81	4	4	5	5	18
82	82	4	5	4	4	17
83	83	5	4	4	4	17
84	84	5	5	4	4	18
85	85	5	4	4	4	17
86	86	3	4	5	4	16
87	87	5	4	4	4	17
88	88	5	5	4	4	18
89	89	4	4	4	4	16
90	90	4	4	5	4	17
91	91	4	4	4	4	16
92	92	4	4	4	5	17
93	93	5	4	4	4	17
94	94	4	4	4	4	16
95	95	5	4	4	4	17
96	96	4	4	4	4	16
97	97	4	4	4	4	16
98	98	4	4	4	4	16
99	99	5	4	4	4	17
100	100	4	4	4	4	16
Jumlah		447	439	430	435	1751
Rata-rata		4.47	4.39	4.3	4.35	17.51

Lampiran 3. (Lanjutan)Skor Jawaban Variabel *People*

No	Responden	P1	P2	P3	P4	Jumlah
1	1	5	5	5	5	20
2	2	5	5	5	5	20
3	3	5	5	5	5	20
4	4	5	5	5	5	20
5	5	4	5	4	5	18
6	6	5	4	5	5	19
7	7	5	4	4	4	17
8	8	4	3	5	4	16
9	9	5	5	5	5	20
10	10	5	4	5	4	18
11	11	4	5	5	5	19
12	12	5	5	5	5	20
13	13	5	5	5	5	20
14	14	5	5	5	5	20
15	15	5	5	5	5	20
16	16	5	5	5	5	20
17	17	4	3	5	5	17
18	18	4	4	5	5	18
19	19	4	5	4	5	18
20	20	4	5	5	4	18
21	21	4	5	4	5	18
22	22	4	5	5	4	18
23	23	5	4	5	4	18
24	24	5	5	4	5	19
25	25	5	4	4	5	18
26	26	5	4	4	4	17
27	27	5	5	5	5	20
28	28	5	5	5	4	19
29	29	5	5	5	5	20
30	30	5	5	5	5	20
31	31	4	4	5	4	17
32	32	3	3	4	4	14
33	33	5	5	5	5	20
34	34	4	4	4	4	16
35	35	4	3	3	4	14
36	36	4	4	4	4	16
37	37	5	5	5	5	20

Lampiran 3. (Lanjutan)

No	Responden	P1	P2	P3	P4	Jumlah
38	38	5	5	4	4	18
39	39	4	4	4	4	16
40	40	4	4	5	5	18
41	41	5	5	5	5	20
42	42	5	4	4	4	17
43	43	4	5	5	5	19
44	44	4	4	4	4	16
45	45	5	4	5	4	18
46	46	4	3	4	5	16
47	47	5	4	5	5	19
48	48	4	5	5	5	19
49	49	4	4	5	5	18
50	50	5	4	5	5	19
51	51	4	5	5	5	19
52	52	4	4	5	5	18
53	53	3	5	5	4	17
54	54	5	4	5	4	18
55	55	5	4	5	5	19
56	56	4	5	5	4	18
57	57	4	3	5	5	17
58	58	4	5	4	5	18
59	59	4	5	5	4	18
60	60	4	5	5	4	18
61	61	5	5	4	5	19
62	62	5	4	5	4	18
63	63	4	4	4	4	16
64	64	4	4	5	4	17
65	65	5	4	5	4	18
66	66	5	4	5	4	18
67	67	5	4	5	4	18
68	68	5	4	5	4	18
69	69	4	4	4	5	17
70	70	4	5	5	5	19
71	71	4	5	5	4	18
72	72	5	4	4	4	17
73	73	5	5	5	4	19
74	74	4	5	5	4	18
75	75	5	4	5	4	18

Lampiran 3. (Lanjutan)

No	Responden	P1	P2	P3	P4	Jumlah
76	76	4	5	4	4	17
77	77	4	5	4	5	18
78	78	4	4	5	4	17
79	79	5	4	5	4	18
80	80	4	4	5	5	18
81	81	5	5	4	5	19
82	82	5	5	4	4	18
83	83	4	4	5	4	17
84	84	5	5	5	5	20
85	85	4	4	4	5	17
86	86	5	5	5	5	20
87	87	5	5	5	5	20
88	88	5	5	5	5	20
89	89	5	5	5	5	20
90	90	5	5	5	5	20
91	91	4	4	5	5	18
92	92	4	4	4	4	16
93	93	5	5	4	4	18
94	94	5	4	5	5	19
95	95	4	5	5	5	19
96	96	5	5	5	5	20
97	97	5	5	5	5	20
98	98	5	4	4	4	17
99	99	4	5	5	5	19
100	100	5	5	5	5	20
Jumlah		453	448	470	457	1828
Rata-rata		4.53	4.48	4.7	4.57	18.28

Lampiran 3. (Lanjutan)Skor Jawaban Variabel *Process*

No	Responden	P1	P2	P3	Jumlah
1	1	4	5	4	13
2	2	4	4	5	13
3	3	4	4	5	13
4	4	4	4	5	13
5	5	4	4	5	13
6	6	4	5	4	13
7	7	5	4	4	13
8	8	4	5	5	14
9	9	5	5	5	15
10	10	5	4	5	14
11	11	5	5	5	15
12	12	5	5	5	15
13	13	4	5	5	14
14	14	5	5	5	15
15	15	5	5	5	15
16	16	5	4	4	13
17	17	4	4	5	13
18	18	5	5	4	14
19	19	4	5	4	13
20	20	5	4	4	13
21	21	5	5	4	14
22	22	5	4	5	14
23	23	5	5	4	14
24	24	5	4	4	13
25	25	4	5	4	13
26	26	4	4	5	13
27	27	5	5	4	14
28	28	4	4	4	12
29	29	5	4	5	14
30	30	5	4	5	14
31	31	3	3	4	10
32	32	3	5	4	12
33	33	5	5	5	15
34	34	4	4	4	12
35	35	4	5	5	14
36	36	4	4	4	12
37	37	5	5	5	15

Lampiran 3. (Lanjutan)

No	Responden	P1	P2	P3	Jumlah
38	38	4	5	4	13
39	39	4	4	4	12
40	40	5	5	4	14
41	41	5	5	5	15
42	42	4	4	4	12
43	43	4	5	4	13
44	44	4	4	4	12
45	45	5	5	5	15
46	46	4	5	5	14
47	47	4	4	4	12
48	48	4	4	5	13
49	49	4	4	4	12
50	50	4	4	5	13
51	51	5	4	5	14
52	52	5	5	4	14
53	53	4	5	5	14
54	54	4	3	5	12
55	55	3	5	4	12
56	56	4	3	5	12
57	57	4	5	3	12
58	58	4	4	5	13
59	59	4	5	4	13
60	60	4	5	4	13
61	61	3	4	5	12
62	62	4	5	4	13
63	63	4	4	4	12
64	64	5	5	4	14
65	65	5	5	4	14
66	66	5	5	4	14
67	67	5	5	4	14
68	68	5	5	4	14
69	69	4	5	5	14
70	70	5	5	5	15
71	71	4	5	5	14
72	72	5	5	4	14
73	73	4	5	5	14
74	74	5	4	4	13
75	75	5	4	4	13

Lampiran 3. (Lanjutan)

No	Responden	P1	P2	P3	Jumlah
76	76	5	4	5	14
77	77	4	5	4	13
78	78	5	5	4	14
79	79	5	5	5	15
80	80	5	5	5	15
81	81	5	5	5	15
82	82	4	4	5	13
83	83	5	4	5	14
84	84	4	4	4	12
85	85	5	5	5	15
86	86	5	5	5	15
87	87	5	5	5	15
88	88	4	4	5	13
89	89	5	4	5	14
90	90	4	4	5	13
91	91	5	4	5	14
92	92	5	5	5	15
93	93	4	4	5	13
94	94	4	4	4	12
95	95	4	4	4	12
96	96	4	4	4	12
97	97	5	5	5	15
98	98	4	4	4	12
99	99	5	4	4	13
100	100	4	4	4	12
Jumlah		443	449	450	1342
Rata-rata		4.43	4.49	4.5	13.42

Lampiran 3. (Lanjutan)Skor Jawaban Variabel *Physical Evidence*

No	Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Jumlah
1	1	4	5	4	4	4	5	26
2	2	5	5	4	5	5	5	29
3	3	5	5	4	4	4	4	26
4	4	5	5	4	5	5	5	29
5	5	5	4	4	4	5	5	27
6	6	5	4	3	5	4	5	26
7	7	4	4	4	5	4	4	25
8	8	4	4	3	5	4	4	24
9	9	5	5	5	5	5	5	30
10	10	5	5	4	5	4	5	28
11	11	5	5	5	5	5	5	30
12	12	5	5	5	5	5	5	30
13	13	5	4	5	5	5	5	29
14	14	5	5	4	4	5	5	28
15	15	5	5	5	5	5	5	30
16	16	5	5	4	4	5	5	28
17	17	4	5	4	5	5	4	27
18	18	5	4	5	5	4	4	27
19	19	5	4	5	4	5	5	28
20	20	4	5	5	4	4	5	27
21	21	4	4	5	5	5	5	28
22	22	5	5	4	5	4	4	27
23	23	5	4	4	4	5	5	27
24	24	5	5	4	5	5	4	28
25	25	4	5	5	5	4	4	27
26	26	5	5	5	5	5	5	30
27	27	5	5	4	4	4	5	27
28	28	5	5	4	4	5	5	28
29	29	4	5	4	4	4	5	26
30	30	4	5	4	4	5	5	27
31	31	4	5	3	4	4	3	23
32	32	4	3	3	3	3	4	20
33	33	5	5	4	4	4	4	26
34	34	4	4	4	4	4	4	24
35	35	4	4	4	4	4	4	24
36	36	4	5	4	4	5	5	27
37	37	5	5	5	5	5	5	30

Lampiran 3.7. (Lanjutan)

No	Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Jumlah
38	38	4	4	4	4	5	5	26
39	39	4	4	4	4	4	5	25
40	40	4	4	4	5	4	4	25
41	41	4	5	4	5	5	5	28
42	42	5	4	4	4	4	4	25
43	43	5	5	5	4	4	4	27
44	44	4	4	4	4	4	4	24
45	45	5	5	4	4	5	5	28
46	46	4	4	5	4	5	4	26
47	47	5	5	4	5	5	4	28
48	48	4	4	5	4	5	4	26
49	49	5	4	3	5	5	4	26
50	50	4	4	5	5	5	4	27
51	51	5	4	4	5	5	5	28
52	52	4	4	5	5	4	5	27
53	53	3	4	4	5	5	4	25
54	54	5	4	5	5	4	5	28
55	55	4	5	4	5	5	3	26
56	56	5	4	5	5	4	3	26
57	57	5	4	4	5	4	4	26
58	58	4	5	4	5	4	5	27
59	59	5	4	5	4	5	5	28
60	60	4	5	5	4	3	5	26
61	61	4	5	4	4	5	5	27
62	62	4	5	5	4	3	5	26
63	63	4	4	4	4	4	4	24
64	64	5	4	4	4	5	5	27
65	65	5	4	4	4	5	5	27
66	66	5	4	4	4	5	5	27
67	67	5	5	4	4	5	5	28
68	68	5	5	4	4	5	5	28
69	69	5	5	4	5	5	5	29
70	70	4	4	5	4	5	5	27
71	71	5	5	4	5	5	5	29
72	72	5	5	5	5	5	5	30
73	73	5	5	5	4	5	5	29
74	74	5	5	4	5	4	5	28
75	75	5	4	4	5	4	5	27

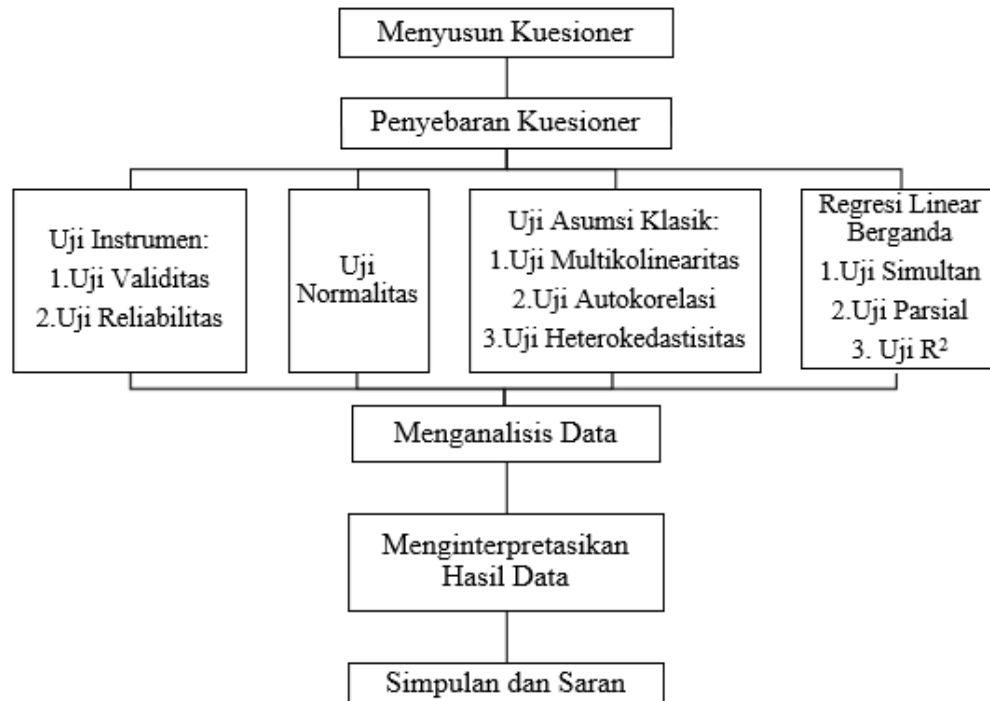
Lampiran 3. (Lanjutan)

No	Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Jumlah
76	76	5	5	4	4	4	5	27
77	77	4	5	5	4	5	4	27
78	78	5	4	4	4	5	4	26
79	79	5	4	4	4	5	5	27
80	80	5	5	5	4	5	4	28
81	81	5	4	4	4	5	4	26
82	82	4	4	5	4	4	4	25
83	83	5	5	5	4	5	4	28
84	84	4	5	4	5	5	5	28
85	85	4	4	4	4	4	5	25
86	86	4	5	4	4	5	5	27
87	87	4	4	4	4	4	4	24
88	88	4	5	4	4	5	5	27
89	89	5	5	4	4	4	4	26
90	90	5	5	4	4	4	4	26
91	91	4	4	4	4	5	4	25
92	92	5	5	4	4	5	4	27
93	93	4	5	4	4	5	5	27
94	94	4	5	4	4	4	4	25
95	95	4	4	4	4	5	5	26
96	96	4	5	4	4	4	4	25
97	97	4	5	4	4	5	5	27
98	98	4	4	4	5	5	5	27
99	99	4	5	4	5	5	5	28
100	100	4	5	4	4	5	5	27
Jumlah		452	456	424	439	457	457	2685
Rata-rata		4.52	4.56	4.24	4.39	4.57	4.57	26.85

Lampiran 4. Data Penjualan Buah Salak Pondoh Agrowisata Omah Salak

Tahun	Bulan	Volume Penjualan
		---kg---
2022	Januari	35,3
	Februari	36,0
	Maret	12,7
	April	62,5
	Mei	54,5
	Juni	104,5
	Juli	73,4
	Agustus	160,5
	September	32,0
	Oktober	55,0
	November	113,5
	Desember	349,4
Total		1089,3
Rata-rata		90,8
2023	Januari	124,0
	Februari	207,0
	Maret	101,5
	April	59,0
	Mei	195,5
	Juni	68,5
	Juli	85,5
	Agustus	140,0
	September	62,5
	Oktober	97,0
	November	226,3
	Desember	211,8
Total		1578,6
Rata-rata		131,5

Lampiran 5. Prosedur Analisis Sampel



Lampiran 6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner

Hasil Uji Validitas

Variabel *Product* (X₁)

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL.X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.204*	-.045	.141	.623**
	Sig. (2-tailed)		.042	.656	.161	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.204*	1	-.016	-.043	.531**
	Sig. (2-tailed)	.042		.873	.674	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	-.045	-.016	1	-.048	.424**
	Sig. (2-tailed)	.656	.873		.632	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.141	-.043	-.048	1	.516**
	Sig. (2-tailed)	.161	.674	.632		.000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL. X1	Pearson Correlation	.623**	.531**	.424**	.516**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 6. (Lanjutan)Variabel *Price* (X₂)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.061	.287**	.078	.001	.077	.535**
	Sig. (2-tailed)		.548	.004	.439	.991	.447	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.061	1	.211*	-.030	.016	.047	.445**
	Sig. (2-tailed)	.548		.036	.766	.875	.642	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.287**	.211*	1	-.033	.027	.197*	.581**
	Sig. (2-tailed)	.004	.036		.742	.788	.050	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.078	-.030	-.033	1	.379**	-.056	.483**
	Sig. (2-tailed)	.439	.766	.742		.000	.582	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.001	.016	.027	.379**	1	-.182	.434**
	Sig. (2-tailed)	.991	.875	.788	.000		.071	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.077	.047	.197*	-.056	-.182	1	.378**
	Sig. (2-tailed)	.447	.642	.050	.582	.071		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.535**	.445**	.581**	.483**	.434**	.378**	1
X2	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 6. (Lanjutan)

Variabel *Place* (X_3)

		Correlations						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.521**	.076	.316**	.331**	-.016	.734**
	Sig. (2-tailed)		.000	.453	.001	.001	.872	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.521**	1	-.046	.242*	.169	.077	.667**
	Sig. (2-tailed)	.000		.652	.015	.092	.449	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.076	-.046	1	.023	.148	.175	.359**
	Sig. (2-tailed)	.453	.652		.817	.143	.082	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.316**	.242*	.023	1	.220*	.013	.563**
	Sig. (2-tailed)	.001	.015	.817		.028	.901	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.331**	.169	.148	.220*	1	-.018	.572**
	Sig. (2-tailed)	.001	.092	.143	.028		.856	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	-.016	.077	.175	.013	-.018	1	.322**
	Sig. (2-tailed)	.872	.449	.082	.901	.856		.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.734**	.667**	.359**	.563**	.572**	.322**	1
.X3	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 6. (Lanjutan)

Variabel *Promotion* (X₄)

		Correlations				
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	TOTAL.X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.271**	.135	.056	.591**
	Sig. (2-tailed)		.006	.182	.582	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.271**	1	.257**	.270**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.006		.010	.007	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.135	.257**	1	.126	.613**
	Sig. (2-tailed)	.182	.010		.213	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson Correlation	.056	.270**	.126	1	.572**
	Sig. (2-tailed)	.582	.007	.213		.000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL.	Pearson Correlation	.591**	.719**	.613**	.572**	1
X4	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 6. (Lanjutan)

Variabel *People* (X₅)

		Correlations				
		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	TOTAL.X5
X5.1	Pearson Correlation	1	.231*	.190	.142	.612**
	Sig. (2-tailed)		.021	.058	.158	.000
	N	100	100	100	100	100
X5.2	Pearson Correlation	.231*	1	.220*	.320**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.021		.028	.001	.000
	N	100	100	100	100	100
X5.3	Pearson Correlation	.190	.220*	1	.215*	.599**
	Sig. (2-tailed)	.058	.028		.032	.000
	N	100	100	100	100	100
X5.4	Pearson Correlation	.142	.320**	.215*	1	.634**
	Sig. (2-tailed)	.158	.001	.032		.000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL .X5	Pearson Correlation	.612**	.726**	.599**	.634**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 6. (Lanjutan)

Variabel *Process* (X_6)

		Correlations			
		X6.1	X6.2	X6.3	TOTAL.X6
X6.1	Pearson Correlation	1	.281**	.152	.753**
	Sig. (2-tailed)		.005	.131	.000
	N	100	100	100	100
X6.2	Pearson Correlation	.281**	1	-.052	.645**
	Sig. (2-tailed)	.005		.608	.000
	N	100	100	100	100
X6.3	Pearson Correlation	.152	-.052	1	.540**
	Sig. (2-tailed)	.131	.608		.000
	N	100	100	100	100
TOTAL.X6	Pearson Correlation	.753**	.645**	.540**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 6. (Lanjutan)

Variabel *Physical Evidence* (X₇)

		Correlations						
		X7.1	X7.2	X7.3	X7.4	X7.5	X7.6	TOTAL.X7
X7.1	Pearson Correlation	1	.145	.091	.141	.187	.152	.536**
	Sig. (2-tailed)		.151	.366	.161	.063	.131	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X7.2	Pearson Correlation	.145	1	.093	.082	.143	.178	.512**
	Sig. (2-tailed)	.151		.356	.415	.155	.076	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X7.3	Pearson Correlation	.091	.093	1	.135	.113	.113	.488**
	Sig. (2-tailed)	.366	.356		.181	.263	.263	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X7.4	Pearson Correlation	.141	.082	.135	1	.134	.027	.467**
	Sig. (2-tailed)	.161	.415	.181		.182	.786	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X7.5	Pearson Correlation	.187	.143	.113	.134	1	.279**	.598**
	Sig. (2-tailed)	.063	.155	.263	.182		.005	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X7.6	Pearson Correlation	.152	.178	.113	.027	.279**	1	.566**
	Sig. (2-tailed)	.131	.076	.263	.786	.005		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.536**	.512**	.488**	.467**	.598**	.566**	1
X7	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 6. (Lanjutan)

Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.792	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TOTAL.X1	129.2400	40.124	.558	.762
TOTAL.X2	120.3100	36.984	.519	.766
TOTAL.X3	120.3900	33.311	.525	.774
TOTAL.X4	129.4300	39.965	.495	.770
TOTAL.X5	128.6600	39.843	.478	.773
TOTAL.X6	133.5200	42.151	.484	.775
TOTAL.X7	120.0900	33.982	.671	.733

Lampiran 7. Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.62688904
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.078
	Negative	-.072
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.138 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-2.236	3.586		-.623	.535		
	Product	.261	.103	.245	2.533	.014	.801	1.249
	Price	-.227	.090	-.235	-2.524	.014	.869	1.150
	Place	.347	.076	.478	4.552	.000	.682	1.466
	Promotion	.282	.116	.239	2.429	.018	.778	1.285
	People	-.561	.135	-.442	-4.160	.000	.666	1.502
	Process	.226	.129	.175	1.751	.084	.751	1.332
	Physical Evidence	-.005	.096	-.005	-.052	.958	.947	1.056

a. Dependent Variable: Volume

Lampiran 7. (Lanjutan)

Hasil Uji Autokorelasi

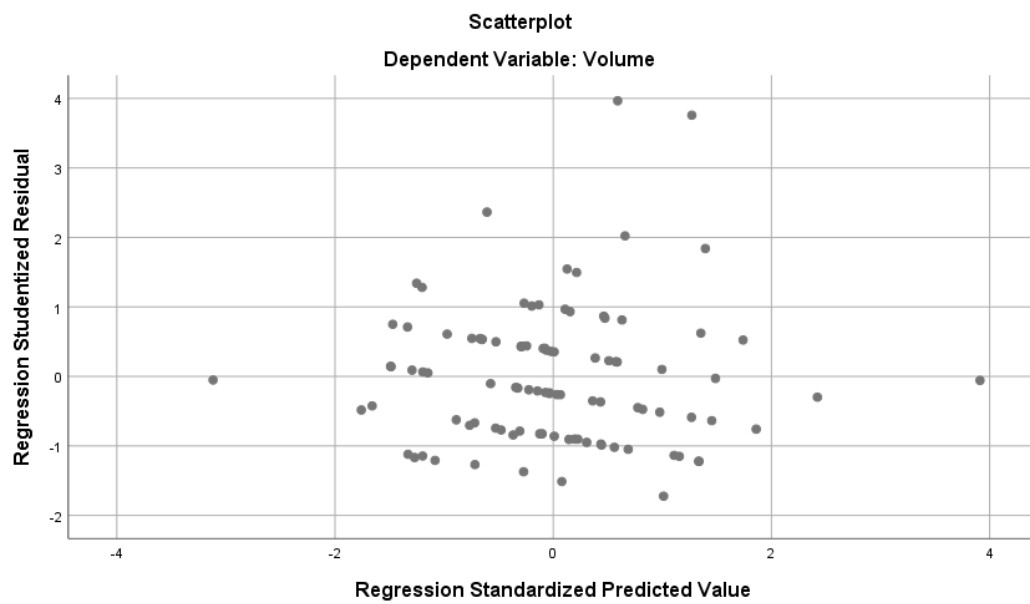
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.694 ^a	.482	.429	1.19657	2.065

a. Predictors: (Constant), Physical Evidence, Price, Product, Promotion, Process, Place, People

b. Dependent Variable: Volume

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 8. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.712 ^a	.506	.490	1.19657	2.065

a. Predictors: (Constant), Physical Evidence, Price, Product, Promotion, Process, Place, People

b. Dependent Variable: Volume

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	91.908	7	13.130	9.170	.000 ^b
	Residual	98.794	69	1.432		
	Total	190.701	76			

a. Dependent Variable: Volume

b. Predictors: (Constant), Physical Evidence, Price, Product, Promotion, Process, Place, People

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.236	3.586		-.623	.535
	Product	.261	.103	.245	2.533	.014
	Price	-.227	.090	-.235	-2.524	.014
	Place	.347	.076	.478	4.552	.000
	Promotion	.282	.116	.239	2.429	.018
	People	-.561	.135	-.442	-4.160	.000
	Process	.226	.129	.175	1.751	.084
	Physical Evidence	-.005	.096	-.005	-.052	.958

a. Dependent Variable: Volume

Lampiran 9. Hasil Uji *Least Square*

No	Bulan/Tahun	Penjualan (Y)	Kode (X)	X ²	XY
		---kg---			
1	Januari'22	35,3	-23	529	-811,9
2	Februari'22	36,0	-21	441	-756,0
3	Maret'22	12,7	-19	361	-241,3
4	April'22	62,5	-17	289	-1062,5
5	Mei'22	54,5	-15	225	-817,5
6	Juni'22	104,5	-13	169	-1358,5
7	Juli'22	73,4	-11	121	-807,4
8	Agustus'22	160,5	-9	81	-1444,5
9	September'22	32,0	-7	49	-224,0
10	Oktober'22	55,0	-5	25	-275,0
11	November'22	113,5	-3	9	-340,5
12	Desember'22	349,4	-1	1	-349,4
13	Januari'23	124,0	1	1	124,0
14	Februari'23	207,0	3	9	621,0
15	Maret'23	101,5	5	25	507,5
16	April'23	59,0	7	49	413,0
17	Mei'23	195,5	9	81	1759,5
18	Juni'23	68,5	11	121	753,5
19	Juli'23	85,5	13	169	1111,5
20	Agustus'23	140,0	15	225	2100,0
21	September'23	62,5	17	289	1062,5
22	Oktober'23	97,0	19	361	1843,0
23	November'23	226,3	21	441	4752,3
24	Desember'23	211,8	23	529	4871,4
	Total	2667,9	0	4600	11430,7

Perhitungan:

$$a = \frac{\Sigma Y}{n} = \frac{2667,9}{24} = 111,16$$

$$b = \frac{\Sigma XY}{\Sigma X^2} = \frac{11430,7}{4600} = 2,48$$

Persamaan Garis Tren:

$$Y = a + bx$$

$$= 111,16 + 2,48x$$

Lampiran 9. (Lanjutan)

Perkiraan volume penjualan buah salak tahun 2024-2025 setiap bulannya:

$$\begin{aligned} Y \text{ Januari}2024 &= a + bx \\ &= 111,16 + 2,48 (25) \\ &= 173,16 \text{ kilogram} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Y \text{ Februari}2024 &= a + bx \\ &= 111,16 + 2,48 (27) \\ &= 178,12 \text{ kilogram} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Y \text{ Maret}2024 &= a + bx \\ &= 111,16 + 2,48 (29) \\ &= 183,08 \text{ kilogram} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Y \text{ April}2024 &= a + bx \\ &= 111,16 + 2,48 (31) \\ &= 188,04 \text{ kilogram} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Y \text{ Mei}2024 &= a + bx \\ &= 111,16 + 2,48 (33) \\ &= 193,00 \text{ kilogram} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Y \text{ Juni}2024 &= a + bx \\ &= 111,16 + 2,48 (35) \\ &= 197,96 \text{ kilogram} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Y \text{ Juli}2024 &= a + bx \\ &= 111,16 + 2,48 (37) \\ &= 202,92 \text{ kilogram} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Y \text{ Agustus}2024 &= a + bx \\ &= 111,16 + 2,48 (39) \\ &= 207,88 \text{ kilogram} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Y \text{ September}2024 &= a + bx \\ &= 111,16 + 2,48 (41) \\ &= 212,84 \text{ kilogram} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Y \text{ Oktober}2024 &= a + bx \\ &= 111,16 + 2,48 (43) \\ &= 217,80 \text{ kilogram} \end{aligned}$$

Lampiran 9. (Lanjutan)

$$\begin{aligned} Y \text{ November}2024 &= a + bx \\ &= 111,16 + 2,48 (45) \\ &= 222,76 \text{ kilogram} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Y \text{ Desember}2024 &= a + bx \\ &= 111,16 + 2,48 (47) \\ &= 227,72 \text{ kilogram} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Y \text{ Januari}2025 &= a + bx \\ &= 111,16 + 2,48 (49) \\ &= 232,64 \text{ kilogram} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Y \text{ Februari}2025 &= a + bx \\ &= 111,16 + 2,48 (51) \\ &= 237,64 \text{ kilogram} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Y \text{ Maret}2025 &= a + bx \\ &= 111,16 + 2,48 (53) \\ &= 242,60 \text{ kilogram} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Y \text{ April}2025 &= a + bx \\ &= 111,16 + 2,48 (55) \\ &= 247,56 \text{ kilogram} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Y \text{ Mei}2025 &= a + bx \\ &= 111,16 + 2,48 (57) \\ &= 252,52 \text{ kilogram} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Y \text{ Juni}2025 &= a + bx \\ &= 111,16 + 2,48 (59) \\ &= 257,48 \text{ kilogram} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Y \text{ Juli}2025 &= a + bx \\ &= 111,16 + 2,48 (61) \\ &= 262,44 \text{ kilogram} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Y \text{ Agustus}2025 &= a + bx \\ &= 111,16 + 2,48 (63) \\ &= 267,40 \text{ kilogram} \end{aligned}$$

Lampiran 9. (Lanjutan)

$$\begin{aligned} Y \text{ September 2025} &= a + bx \\ &= 111,16 + 2,48 (65) \\ &= 272,36 \text{ kilogram} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Y \text{ Oktober 2025} &= a + bx \\ &= 111,16 + 2,48 (67) \\ &= 277,32 \text{ kilogram} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Y \text{ November 2025} &= a + bx \\ &= 111,16 + 2,48 (69) \\ &= 282,28 \text{ kilogram} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} Y \text{ Desember 2025} &= a + bx \\ &= 111,16 + 2,48 (71) \\ &= 287,24 \text{ kilogram} \end{aligned}$$

Lampiran 10. Dokumentasi



10.1 Lokasi Agrowisata Omah Salak



10.2 Demplot Kebun Salak



10.3 Salak Pondoh Super 3 bulan



10.4 Salak Pondoh Super 4 bulan



10.5 Salak Pondoh Super Siap Panen



10.6 Salak Pondoh Super Jantan

Lampiran 10. (Lanjutan)



10.7 Fasilitas Toilet Umum



10.8 Fasilitas Musholla



10.9 Fasilitas Resto Makan



10.10 Fasilitas Tempat Bermain



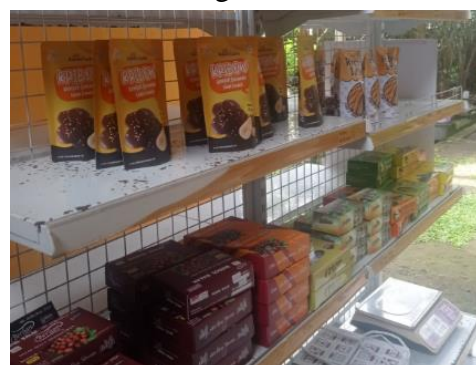
10.11 Wawancara Responden



10.12 Pengisian Kuesioner



10.13 Foto bersama Pemilik



10.14 Display toko UMKM

RIWAYAT HIDUP



Penulis memiliki nama lengkap Hasna Fadhilah Fasya, lahir di Semarang pada tanggal 1 Oktober 2002 dari pasangan Bapak M. Arief Kurniawan dan Ibu Retno Widi Astuti. Penulis tinggal di Jl. Gerungsari No.2, Tembalang, kota Semarang. Penulis menyelesaikan pendidikan di SDS Alam Madinah (lulus tahun 2014), melanjutkan ke SMP Lab School Madinah (lulus tahun 2017), melanjutkan ke SMAN 7 Tangerang Selatan (lulus tahun 2020), hingga akhirnya pada tahun 2020 penulis melanjutkan pendidikan ke bangku perkuliahan di Program Studi S-1 Agribisnis, Departemen Pertanian, Fakultas Peternakan dan Pertanian, Universitas Diponegoro, Semarang, Jawa Tengah.

Selama perkuliahan penulis aktif mengikuti kegiatan organisasi dan lomba akademik, dan kepanitiaan. Organisasi yang diikuti adalah Himpunan Mahasiswa Departemen Pertanian (2020 dan 2022) dan UKM RnB Undip (2020-2021). Kepanitiaan yang diikuti adalah Panitia Diponegoro Entrepreneur Award BEM Undip (2022), Pelatihan LKMM-D FPP (2022), Lomba Karya Tulis Ilmiah Nasional HMD Pertanian Undip (2021), LKMM-PD Pertanian Undip (2021), Diponegoro Agriculture Fair HMD Pertanian Undip (2021). Penulis pernah melakukan magang di PT. Perkebunan Nusantara IX (2022), dan PT. Perkebunan Tambi (2023).