

**ANALISIS PENGARUH *MARKETING MIX* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MEJA KONSOL DARI AKAR JARI  
DI KECAMATAN JIKEN KABUPATEN BLORA**

**Novita Lailatul Fadhila, Minar Ferichani, Raden Kunto Adi**

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret Surakarta  
Jl. Ir. Sutami No 36 A Kentingan Surakarta 57126 Telp/Fax (0271)637457  
Email: novitalf@yahoo.com

**ABSTRACT** : This study aims to determine the effect of product, price, promotion, and place variables simultaneously and partially, as well as to determine the marketing mix variable which has a dominant influence on the decision to purchase a console table in Jiken District, Blora Regency. The basic method of this research is descriptive analytical method. The research was conducted at UD. Tunggak Semi and UD. Tini, Jiken District, Blora Regency. The method of determining the sample using purposive sampling with a sample size of 44 respondents. The data analysis method is multiple linear regression. The results of this study indicate that simultaneously the product variable, price variable, promotion variable and place variable have an effect on purchasing decisions. Variables product, price, promotion, and place partially influence purchasing decisions. The variable that has the most dominant influence on purchasing decisions is the place variable.

**Keywords:** *Marketing Mix, Console Table, Purchasing Decisions.*

**ABSTRAK** : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *product, price, promotion, dan place* secara simultan dan secara parsial, serta mengetahui variabel bauran pemasaran (*marketing mix*) yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian meja konsol di Kecamatan Jiken Kabupaten Blora. Metode dasar penelitian ini adalah metode deskriptif analitis. Penelitian dilakukan di UD. Tunggak Semi dan UD. Tini Kecamatan Jiken Kabupaten Blora. Metode penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel 44 responden. Metode analisis data adalah regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel *product, variabel price, variabel promotion, dan variabel place* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel *product, price, promotion, dan place* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah variabel *place*.

**Kata Kunci:** *Marketing Mix, Meja Konsol, Keputusan Pembelian.*

## PENDAHULUAN

Hutan Indonesia yang luasnya mencapai 99,6 juta ha atau 52,3% dari luas wilayah Indonesia ini memiliki potensi yang sangat besar (Kemenhut, 2011). Berdasarkan Undang-Undang No.41 Tahun 1999 tentang Kehutanan, hutan terbagi ke dalam beberapa jenis yakni hutan lindung, hutan konservasi dan hutan produksi. Hutan jati merupakan salah satu contoh dari hutan produksi, yaitu hutan jati yang dikelola untuk produksi. Hutan jati di Indonesia memiliki potensi untuk dikembangkan secara baik dan dikelola menurut asas kelestarian secara ekonomi, ekologi, dan sosial.

Menurut Sumarna (2015) tanaman jati di Indonesia tersebar di beberapa Pulau, yaitu Sulawesi, Sumatera, Maluku, NTB, dan Jawa. Adapun tanaman jati yang terbanyak berada di Pulau Jawa. Hutan jati paling banyak menyebar di Provinsi Jawa Timur dan Jawa Tengah. Blora merupakan kabupaten dengan luas kawasan hutan terbesar di Jawa Tengah.

Dari data Jawa Tengah Dalam Angka (BPS, 2019) menunjukkan bahwa Kabupaten Blora merupakan kabupaten dengan luas lahan dan luas kawasan hutan terbesar menurut kabupaten/kota di Provinsi Jawa Tengah pada tahun 2018 dibandingkan dengan kabupaten lainnya. Kabupaten Blora terbagi atas tiga kesatuan administrasi pemangku hutan yaitu KPH Cepu, KPH Randublatung, dan KPH Blora. Berdasarkan data dari BPS Kabupaten Blora 2019, KPH Cepu merupakan kawasan dengan luas lahan hasil hutan kayu terbesar pada

tahun 2018 jika dibandingkan dengan KPH lainnya.

Kecamatan Jiken merupakan salah satu kecamatan yang terdapat didalam kawasan KPH Cepu. Letaknya yang strategis hanya berjarak 20 km dari pusat Kabupaten Blora memberikan potensi yang besar bagi Kecamatan Jiken. Besarnya potensi tersebut harus didukung oleh peranan sektor industri pengolahan, sehingga menghasilkan nilai tambah yang tinggi, terbukanya lapangan kerja dan meningkatnya daya saing daerah.

Kecamatan Jiken memiliki 3 jenis industri hasil hutan menurut Disperindag (2019), yaitu ukir tunggak, furniture kayu, dan kerajinan bambu. Di Kecamatan Jiken industri berbahan baku akar jati (tunggak) menempati posisi pertama dibandingkan dengan industri hasil hutan lainnya. Terdapat 25 industri akar jati dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 127 orang.

Industri akar jati adalah industri yang mengolah bahan baku berupa akar jati (tunggak) menjadi berbagai kerajinan yang memiliki nilai pakai dan nilai jual yang tinggi. Industri akar jati menghasilkan beberapa produk salah satunya adalah meja konsol. Meja konsol merupakan salah satu kerajinan akar jati dengan penjualan tertinggi di Kecamatan Jiken

Meja konsol merupakan kerajinan dari akar jati dengan penjualan tertinggi di Kecamatan Jiken. Hal ini sesuai dengan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yaitu menurut Pramithasari (2011) permintaan produk tertinggi di Kecamatan Jiken ada pada produk meja akar (konsol).

Banyaknya industri yang menjual kerajinan yang sama khususnya meja konsol mengakibatkan konsumen dapat bebas memilih produk yang dijual oleh beberapa industri lain.

Keberhasilan suatu industri dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan tergantung dari susunan strategi pemasaran yang ada di industri tersebut. Setiap industri menggunakan sejumlah alat untuk mendapat respon dari konsumen terhadap kegiatan pemasaran yang dilakukan. Salah satu alat yang digunakan perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran adalah dengan cara menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*).

Menurut Tjiptono (2014), bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik produk yang ditawarkan kepada pelanggan. Alat-alat tersebut dapat digunakan untuk menyusun strategi jangka panjang dan juga untuk merancang program taktik jangka pendek. Bauran pemasaran terdiri dari 4P yang terdiri dari produk yang dijual (*product*), penetapan harga yang ditawarkan (*price*), promosi terhadap suatu barang (*promotion*), dan juga pendistribusian barang (*place*).

Peneliti mencoba mengungkapkan apakah bauran pemasaran sebagai strategi pemasaran yang digunakan saat ini berpengaruh dalam meningkatkan penjualan. Bauran pemasaran juga digunakan untuk memastikan strategi mana yang paling efektif dan efisien untuk meningkatkan volume penjualan. Hal tersebut yang melatarbelakangi peneliti melakukan penelitian tentang Analisis Pengaruh

*Marketing Mix* terhadap Keputusan Pembelian Meja Konsol dari Akar Jati di Kecamatan Jiken Kabupaten Blora.

## METODE PENELITIAN

Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analitis dengan teknik survei. Dalam penentuan lokasi penelitian disesuaikan dengan tujuan penelitian sehingga memilih UD. Tunggak Semi dan UD. Tini sebagai tempat penelitian. UD. Tunggak Semi dan UD. Tini merupakan industri akar jati dengan penjualan meja konsol terbanyak dengan selisih penjualan yang sedikit dibandingkan dengan industri lainnya di Kecamatan Jiken selama tahun 2018. UD. Tunggak Semi menempati posisi pertama dan UD. Tini menempati posisi kedua dengan penjualan meja konsol terbanyak dibandingkan industri lainnya. Penjualan meja konsol di UD. Tunggak Semi selama satu tahun terakhir adalah sebanyak 1500 pcs, sedangkan penjualan meja konsol di UD. Tini selama satu tahun terakhir adalah sebanyak 1440 pcs.

Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 44 responden dengan metode pengambilan sampel secara *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode pengumpulan data dilakukan dengan teknik survei menggunakan kuesioner *online* yang disebar dalam bentuk *google forms* dan dokumentasi atau studi kepustakaan. Uji instrumen yang dilakukan adalah uji validitas dan uji reliabilitas dengan jumlah sampel

sebanyak 30 responden. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan software IBM SPSS versi 26. Model umum dari regresi linear berganda untuk analisis pengaruh *product*, *price*, *promotion*, dan *place* terhadap keputusan pembelian meja konsol dari akar jati di Kecamatan Jiken Kabupaten Blora adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan: **Y** adalah variabel dependen, **a** adalah koefisien konstanta, (**b<sub>1</sub>**, **b<sub>2</sub>**, **b<sub>3</sub>**, **b<sub>4</sub>**) adalah koefisien regresi, (**X<sub>1</sub>**, **X<sub>2</sub>**, **X<sub>3</sub>**, **X<sub>4</sub>**) adalah variabel independen, dan **e** adalah error. Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah sebagai berikut : Y adalah keputusan pembelian meja konsol di Kecamatan Jiken Kabupaten Blora, X<sub>1</sub> adalah variabel *product*, X<sub>2</sub> adalah variabel *price*, X<sub>3</sub> adalah variabel *promotion*, dan X<sub>4</sub> adalah variabel *place*.

Sebelum data dianalisis, dilakukan transformasi data dengan MSI (*Method of Successive Interval*) untuk mengubah data ordinal ke interval. Transformasi data dalam penelitian ini dilakukan dengan software microsoft excel dengan stat-97.xls. Tahapan analisis data yang dilakukan yaitu uji asumsi klasik, menentukan model regresi, dan pengujian hipotesis. Ditambah lagi dengan adanya penentuan variabel independen yang dominan berpengaruh, dilakukan dengan membandingkan nilai koefisien beta yang distandarkan pada masing-masing variabel independen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Umum Responden

Jumlah responden berjenis kelamin laki-laki lebih banyak daripada jumlah responden perempuan. Responden laki-laki sebanyak 27 orang sedangkan responden perempuan sebanyak 17 orang. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan jumlah 44 responden, diketahui bahwa pembeli yang menjadi konsumen meja konsol dari akar jati di Kecamatan Jiken Kabupaten Blora mayoritas adalah perempuan.

Karakteristik responden berdasarkan usia menunjukkan konsumen yang menjadi responden dalam penelitian 14 orang berusia 20-30 tahun, 19 orang berusia 31-40 tahun, 6 orang berusia 41-50 tahun, dan 5 orang >50 tahun. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan jumlah 44 responden, diketahui bahwa pembeli yang menjadi konsumen meja konsol dari akar jati di Kecamatan Jiken Kabupaten Blora paling banyak berusia 31-40 tahun.

Karakteristik responden berdasarkan domisili, dari data penelitian menunjukkan responden pada penelitian ini berasal dari Jepara, Jogja, Jakarta, Bali, Semarang, Klaten. Responden yang berasal dari Jepara sebanyak 17 orang atau 39%, responden yang berasal dari Jogja sebanyak 13 orang atau 30%, responden yang berasal dari Jakarta sebanyak 7 orang atau 16%, responden yang berasal dari Bali sebanyak 4 orang atau 9%, responden yang berasal dari Semarang sebanyak 2 orang atau 4%, dan responden yang berasal dari Klaten sebanyak 1 orang atau 2%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen meja konsol di

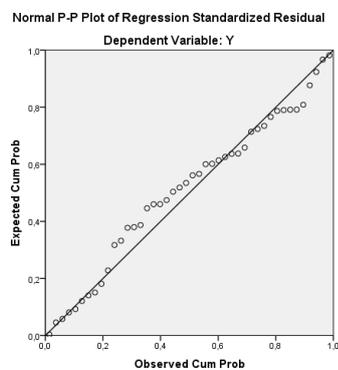
Kecamatan Jiken Kabupaten Blera ini berasal dari Jepara.

### Uji Instrumen

Uji instrumen terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel, jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka variabel tersebut valid (Ghozali, 2011). Pada penelitian ini nilai  $r$  tabel sebesar 0,3494 dan semua nilai  $r$  hitung pada instrumen penelitian  $>$  0,3494, sehingga instrumen dinyatakan valid. Suatu variabel atau konstruk dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) 0,70 (Ghozali, 2011). Pada penelitian ini nilai *Cronbach's alpha* pada keenam variabel bernilai  $>$  0,70, sehingga dinyatakan instrumen dalam penelitian ini reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

#### 1). Uji Normalitas



Gambar 1. Grafik P-Plot.

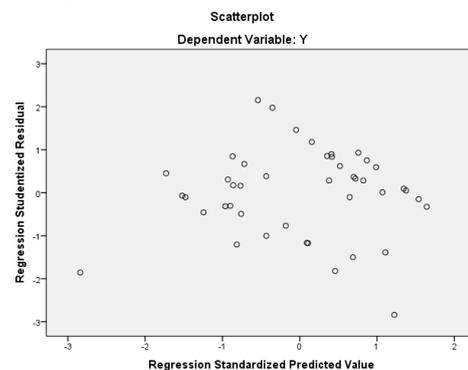
Dapat dilihat pada Gambar 1, bahwa data menyebar disekitar garis diagonal. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, maka data tersebut menunjukkan pola

distribusi yang normal, sehingga model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa variabel didalam penelitian ini yaitu *product*, *price*, *promotion*, *place*, dan keputusan pembelian berdistribusi normal dan dapat dilakukan penelitian selanjutnya.

#### 2). Uji Multikolinieritas

Data dikatakan bebas multikolinearitas, apabila nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), nilai *tolerance* yang besarnya 0,1 dan nilai VIF dibawah 10. Dalam penelitian ini dari hasil olah data menunjukkan semua variabel independen penelitian menunjukkan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, sehingga data dinyatakan bebas multikolinearitas.

#### 3). Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Grafik Scatter Plot.

Pada Gambar 2. dapat diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hasil tersebut menunjukkan bahwa data tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Uji Hipotesis

#### 1) Uji Koefisien Determinan

Tabel 1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adj R<sup>2</sup>*)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,815 <sup>a</sup>	0,664	0,630	2,54173

Sumber: Analisis Data Primer, 2020

Berdasarkan Tabel 1, nilai *Adjusted R Square* adalah 0,630. Hal ini berarti 63% variabel dependen (keputusan pembelian) dijelaskan oleh variabel independen (*product*, *price*,

*promotion*, dan *place*). Sisanya sebesar 37% dijelaskan oleh variabel lain selain variabel yang diteliti seperti variabel individu, sosial, dan variabel lainnya.

#### 2) Uji F (Simultan)

Tabel 2. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	498,419	4	124,605	19,288	,000 <sup>b</sup>
Residual	251,955	39	6,460		
Total	750,374	43			

Sumber: Analisis Data Primer, 2020

Menurut Priyatno (2012) Uji F atau uji koefisien regresi secara simultan digunakan untuk mengetahui apakah secara simultan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Berdasarkan Tabel 2. diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 19,288 yang lebih besar dari  $F_{tabel}$  yaitu sebesar 2,58. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Karena  $F_{hitung}$  yang lebih besar dari  $F_{tabel}$ , maka variabel independen (*product*, *price*, *promotion*, dan *place*) secara simultan

berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan pembelian)..

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Rifa'i (2014). Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa secara simultan variabel *product*, *price*, *promotion*, dan *place* berpengaruh terhadap keputusan pembelian *furniture* pada PT. Colombia Pekanbaru. Hal ini berarti kegiatan pemasaran akan berjalan maksimal jika UD. Tunggak Semi dan UD. Tini mengedepankan semua variabel.

#### 3) Uji t (Parsial)

Tabel 3. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-5,238	3,151		-1,662	0,104
X1	0,358	0,175	0,195	2,058	0,046
X2	0,884	0,210	0,437	4,217	0,000
X3	0,786	0,205	0,398	3,835	0,000
X4	0,808	0,149	0,512	5,419	0,000

Sumber : Analisis Data Primer, 2020

Menurut Priyatno (2012)

Uji t atau uji koefisien secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial independen berpengaruh secara signifikan atau tidaknya terhadap variabel dependen. Berdasarkan Tabel 3. variabel *product* (X1) secara parsial berpengaruh terhadap variabel Y (keputusan pembelian), hal tersebut dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,058 > 1,681$ . Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Rifa'i (2014). Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel *product* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian *furniture* di PT. Colombia Pekanbaru. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *product* merupakan variabel yang tidak terpisahkan oleh variabel keputusan pembelian, karena besar kecilnya nilai signifikan *product* akan berpengaruh terhadap meningkatnya keputusan pembelian konsumen meja konsol di UD. Tunggak Semi dan UD. Tini di Kecamatan Jiken Kabupaten Blora.

Variabel *price* (X<sub>2</sub>) secara parsial berpengaruh terhadap

variabel Y (keputusan pembelian), hal tersebut dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $4,217 > 1,681$ . Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Rifa'i (2014). Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel *price* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian *furniture* di PT. Colombia Pekanbaru. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *price* merupakan variabel yang tidak terpisahkan oleh variabel keputusan pembelian, karena besar kecilnya nilai signifikan *price* akan berpengaruh terhadap meningkatnya keputusan pembelian konsumen meja konsol di UD. Tunggak Semi dan UD. Tini di Kecamatan Jiken Kabupaten Blora.

Variabel *promotion* (X<sub>3</sub>) secara parsial berpengaruh terhadap variabel Y (keputusan pembelian), hal tersebut dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,835 > 1,681$ . Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Rifa'i (2014). Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel *promotion* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian *furniture* di PT.

Colombia Pekanbaru. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *promotion* merupakan variabel yang tidak terpisahkan oleh variabel keputusan pembelian, karena besar kecilnya nilai signifikan *promotion* akan berpengaruh terhadap meningkatnya keputusan pembelian konsumen meja konsol di UD. Tunggak Semi dan UD. Tini di Kecamatan Jiken Kabupaten Blora.

Variabel *place* ( $X_4$ ) secara parsial berpengaruh terhadap variabel Y (keputusan pembelian), hal tersebut dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $5,419 > 1,681$ . Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Rifa'i (2014). Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel *place* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian *furniture* di PT. Colombia Pekanbaru. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *place* merupakan variabel yang tidak terpisahkan oleh variabel keputusan pembelian, karena besar kecilnya nilai signifikan *place* akan berpengaruh terhadap meningkatnya keputusan pembelian konsumen meja konsol di UD. Tunggak Semi dan UD. Tini di Kecamatan Jiken Kabupaten Blora.

#### 4) Penentuan Variabel yang paling Dominan

Nilai koefisien beta (*Beta Coefficient*) setiap variabel yang distandarisasi (*standarized coefficient*) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi masing-masing variabel bebas dan yang paling

menentukan (dominan) pengaruhnya terhadap variabel terikat suatu model regresi linier. Nilai beta ( $\beta$ ) terbesar menunjukkan bahwa variabel bebas tersebut mempunyai pengaruh yang dominan terhadap variabel terikat (Sugiharto dan Shinta, 2018).

Berdasarkan hasil penelitian, variabel  $X_4$  adalah variabel yang memiliki koefisien beta yang paling besar yaitu 0,512. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, karena variabel dependen lebih banyak dipengaruhi oleh variabel  $X_4$  dibandingkan dengan variabel lain. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Jeanette (2017) yang menyatakan bahwa variabel yang paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen di Libreria Eatery adalah variabel lokasi. Rofi'i *et al* (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *place* merupakan keputusan distribusi menyangkut kemudahan untuk mengakses produk bagi pelanggan, tempat tersedia di sejumlah saluran distribusi dan outlet yang dapat ditemui oleh banyak konsumen dengan mudah dalam memperoleh produk yang diinginkan.

#### SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel independen (*product*, *price*, *promotion*, dan *place*) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen meja

konsol di UD. Tunggak Semi dan UD. Tini di Kecamatan Jiken Kabupaten Blora. Variabel *product*, *price*, *promotion*, dan *place* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen meja konsol di UD. Tunggak Semi dan UD. Tini di Kecamatan Jiken Kabupaten Blora. Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian meja konsol di UD. Tunggak Semi dan UD. Tini di Kecamatan Jiken Kabupaten Blora adalah variabel *place*.

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti diharapkan produsen dapat mempertahankan dan juga meningkatkan produk meja konsol yaitu dengan keunikan produk dan juga kualitas daya tahan produk. Diharapkan produsen dapat mempertahankan harga produk meja konsol tanpa mengurangi kualitas produk yang dihasilkan dan juga memberikan kemudahan kepada konsumen didalam melakukan pembayaran berupa tunai maupun kredit. Diharapkan produsen dapat mempertahankan pelayanan promosi yang diberikan kepada konsumen dengan memberikan potongan harga, pemberian bonus dan hadiah. Diharapkan produsen dapat mempertahankan pelayanan distribusi yang diberikan kepada konsumen dengan *display* atau penataan produk yang rapi sehingga memudahkan konsumen didalam membeli produk tersebut.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Propinsi Jawa Tengah, 2010. Jawa Tengah Dalam Angka Tahun 2019.
- Semarang : Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Kabupaten Blora dalam Angka. Blora*. Blora: Badan Pusat Statistik Blora.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jeanette, P. 2017. Pengaruh *Marketing Mix* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Libreria Eatery. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa* 5 (2).
- Pramithasari, C.A., Hadianto, A. Analisis Manfaat Ekonomi Pengolahan Limbah Pohon Jati (Kasus Kecamatan Jiken Kabupaten Blora, Jawa Tengah). *IPB University Scientific Repository*.
- Priyatno, D. 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20 Edisi Kesatu*. Yogyakarta: ANDI.
- Priyatno, D. 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20 Edisi Kesatu*. Yogyakarta: ANDI.
- Rifa'i, S. 2014. *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Furniture pada PT. Colombia Pekanbaru [Skripsi]*. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru-Riau.
- Rofi'i, N.A., Didin, F., Mochamad, M. 2019. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap Peningkatan Penjualan pada Produk Dr. Kebab Bara Satriya

- Sidoarjo. *Jurnal Balance* 16 (1).
- Sugiharto dan Shinta. 2018. Mengukur Kualitas Akuntan Publik menurut Pengguna Jasa Akuntan Publik. *Jurnal MONEX* (1).
- Sumarna, Y. 2015. *Budi Daya dan Bisnis Kayu Jati*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Tjiptono, F. 1997. *Strategi Pemasaran Edisi kedua*. Yogyakarta: Andy Offset.