

**PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN JAMUR TIRAM COKLAT  
(*Pleurotus cystidiosus*)**

**DI DESA SELAMANIK KECAMATAN CIPAKU KABUPATEN CIAMIS**

**IKHWAN ZAKIYA<sup>1</sup>, DINI ROCHDIANI<sup>2</sup>, BENIDZAR M ANDRIE<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Pertanian, Universitas Galuh

<sup>2</sup>Fakultas Pertanian, Universitas Padjadjaran

\*E-mail : ikhwanzakiya@gmail.com

**ABSTRAK**

Keberadaan jamur sebagai salah satu jenis bahan pangan telah cukup lama dikenal oleh masyarakat di Indonesia, yaitu sebagai salah satu bahan pangan yang mengandung protein nabati yang tinggi bila dibandingkan dengan bahan pangan lainnya. Permasalahan yang dihadapi petani adalah ketidaktahuan preferensi apa saja yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian jamur tiram. Padahal penting bagi petani mengetahui apa yang diinginkan konsumen sehingga petani dapat menyesuaikan produk dengan preferensi konsumen. Tujuan penelitian yaitu : (1) Mengetahui preferensi konsumen terhadap jamur tiram coklat di Desa Selamanik (2) Mengetahui atribut apa saja dari karakteristik jamur tiram coklat yang dianggap paling penting oleh perilaku konsumen di Desa Selamanik. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik penarikan sampel yang digunakan yaitu *accidental sampling* pada konsumen yang datang ketempat penelitian dalam rentang waktu tujuh hari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Preferensi konsumen terhadap jamur tiram coklat adalah jamur tiram coklat yang memiliki harga  $\leq$  Rp. 25.000, kemudian memiliki ukuran besar, diikuti dengan tekstur padat dan memiliki tingkat persediaan  $>$  15 kg. 2). Atribut jamur tiram coklat yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian adalah tingkat persediaan, hal ini berkaitan dengan kebutuhan konsumen terhadap pembelian jamur tiram coklat yang tidak menentu disetiap harinya.

**Kata kunci** : Preferensi, Konsumen, Jamur Tiram

**ABSTRACT**

*The existence of mushrooms as a type of food ingredient has been known for quite a long time by people in Indonesia, namely as a food ingredient that contains high levels of vegetable protein when compared to other food ingredients. The problem faced by farmers is not knowing what preferences influence the decision to purchase oyster mushrooms. However, it is important for farmers to know what consumers want so that farmers can adjust products to consumer preferences. The research objectives are: (1) To find out consumer preferences for brown oyster mushrooms in Selamatik Village (2) To find out what attributes of the characteristics of brown oyster mushrooms are considered most important by consumer behavior in Selamatik Village. The type of research used is qualitative with a case study method. The sampling technique used was accidental sampling of consumers who came to the research location within a period of seven days. The research results show that: 1) Consumer preference for brown oyster mushrooms is brown oyster mushrooms which have a price of  $\leq$  Rp. 25,000, then has a large size, followed by a dense texture and has a stock level of  $>$  15 kg. 2). The attribute of brown oyster mushrooms that consumers most consider in purchasing decisions is the level of inventory, this is related to consumer needs for purchasing brown oyster mushrooms which are uncertain every day.*

**Keywords** : Preferences, Consumer, Oyster Mushrooms

**PENDAHULUAN**

Kesadaran masyarakat akan gaya hidup sehat menjadi pilihan yang

dipertimbangkan dalam pemenuhan protein, sehingga produsen penghasil jamur selalu diserbu konsumen. Pilihan

positif ini perlu dikembangkan lebih luas sehingga terbentuk pola makan yang sehat.

Jamur tiram memiliki kandungan protein nabati yang tinggi yaitu 27%, karbohidrat yang sebanding, serta kandungan lemak (1,6%) yang lebih rendah dari daging sapi (5,5%), namun sebanding dengan sayur-sayuran lain. Jamur tiram juga dipercaya mempunyai khasiat obat untuk berbagai penyakit, seperti lever, diabetes, anemia, sebagai antiviral dan antikanker serta menurunkan kadar kolesterol.

Menurut Kotler (2001) dalam Adnan (2019), faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah budaya, faktor sosial, pribadi, psikologis. Sebagian faktor faktor tersebut tidak diperhatikan oleh pemasar tetapi sebenarnya harus diperhitungkan untuk mengetahui seberapa jauh faktor-faktor perilaku konsumen tersebut mempengaruhi pembelian konsumen.

Preferensi konsumen menunjukkan kecenderungan kesukaan konsumen terhadap suatu produk dari berbagai pilihan (Kotler and Amstrong, 2003) dalam Febrianti, dkk (2019). Teori preferensi konsumen digunakan untuk menganalisa sejauh mana keinginan konsumen terhadap suatu produk. Seorang konsumen terlebih dahulu akan mencari informasi mengenai manfaat dari suatu produk, yang selanjutnya konsumen akan mengevaluasi

atribut produk tersebut. Konsumen akan memberikan penilaian pada setiap atribut produk sesuai dengan kepentingan, dari sinilah maka preferensi konsumen terhadap suatu produk akan timbul.

Permasalahan yang dihadapi petani adalah ketidaktahuan preferensi apa saja yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian khususnya dalam jamur tiram. Padahal penting bagi petani mengetahui apa yang diinginkan konsumen sehingga petani dapat menyesuaikan produk-produk dengan preferensi konsumen agar petani dapat meningkatkan penjualan dan dapat mempertahankan konsumennya. Oleh karena itu dilakukanlah penelitian tentang “Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Jamur Tiram Coklat (*Pleurotus cystidiosus*) di Desa Selamanik Kecamatan Cipaku Kabupaten Ciamis”.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan yaitu dengan metode studi kasus. Metode studi kasus merupakan metode yang menjelaskan sifat kajian suatu periode atau fenomena tertentu yang terdapat di suatu tempat yang belum tentu identik dengan tempat atau daerah lain (Adelawati, 2020). Objek penelitian metode studi kasus dapat berupa orang, peristiwa, sikap dan dokumen, dengan pemahaman yang mendalam tentang pengetahuan yang ada dan

hubungan antar variabel. Sasaran penelitian ini adalah konsumen jamur tiram coklat.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Menurut Sugiyono (2016), penelitian kualitatif adalah penelitian yang mempelajari situasi alamiah, dimana peneliti sebagai instrumen kunci dan teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan triangulasi (gabungan).

### Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer diperoleh langsung dari wawancara dari responden dalam mengisi kuesioner yang telah disiapkan. Responden diminta untuk memberikan nilai (rating) pada setiap kombinasi level atribut. Peringkat pada skala likert dari satu sampai lima.
2. Data sekunder berasal dari jurnal penelitian terdahulu, buku, internet, dokumen dan lembaga yang terkait dalam penelitian ini.

### Teknik Penarikan Sampel

*Accidental sampling* adalah pengambilan secara acak responden dalam sampel, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, apabila orang yang ditemukan secara acak cocok sebagai sumber data

Menurut Sugiyono (2010) dalam Sari (2020) ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan

500 responden. maka peneliti mengambil metode penarikan sampel *accidental sampling* pada konsumen yang datang ke lokasi penelitian dalam rentang waktu tujuh hari mulai dari 19 sampai 25 Juni 2023 dengan jumlah responden 33 orang.

### Rancangan Analisis Data

#### 1. Analisis data

Rancangan analisis data adalah cara mengklasifikasikan, mengatur, dan meringkas data sehingga dapat dengan mudah dianalisis. Metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui karakteristik konsumen secara umum yang diperoleh melalui kuesioner seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan.

#### 2. Menentukan perancangan atribut dan level atribut

Berdasarkan hasil survey pendahuluan serta literatur terkait ada empat atribut yang diinginkan oleh konsumen yaitu harga, ukuran, tekstur dan persediaan. Adapun penjelasan ini dapat dilihat pada Tabel 1.

**Tabel 1. Atribut dan Level Jamur**

#### Tiram Coklat

No	Atribut	Taraf/Level
1	Harga	> Rp 25.000 ≤ Rp 25.000
2	Ukuran	Besar Kecil
3	Tekstur	Padat Lembek
4	Persediaan	> 15 Kg ≤ 15 Kg

3. Mengumpulkan pendapat responden menggunakan skala likert

$$A_o = \sum_{i=1}^N b_i e_i$$

Untuk mengukur persepsi responden terhadap penelitian menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2018) dalam Rahman (2019). Skala likert, yaitu skala yang digunakan mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Adapun penjelasan ini dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2. Skala Likert**

Simbol	Atribut	Taraf/Level
TP	Tidak Penting	1
KP	Kurang Penting	2
CP	Cukup Penting	3
P	Penting	4
SP	Sangat Penting	5

4. Analisis sikap konsumen dengan model multiatribut Fishbein

Adapun rumus model multiatribut Fishbein adalah sebagai berikut: Sumarwan, (2015) dalam Asriah (2021):

Keterangan :

$A_o$  = Sikap terhadap suatu objek

$B_i$  = Kekuatan kepercayaan bahwa objek tersebut memiliki atribut I

$E_i$  = Evaluasi terhadap atribut I

$N$  = Jumlah atribut yang dimiliki objek

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Konsumen

Penelitian ini melibatkan responden sebanyak 33 orang. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang sedang berbelanja di usahatani *Saung Supa Jaya*. Karakteristik konsumen merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Karakteristik yang diamati dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan dan pendapatan. Karakteristik konsumen dapat dilihat pada tabel 3.

**Tabel 3. Karakteristik Konsumen Jmaur Tiram Coklat**

Uraian	Jumlah (orang)	Persentase %
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	20	60,60
Perempuan	13	39,40
<b>Usia</b>		
30 - 40	3	9,10
41 – 50	24	72,72
>51	6	18,18
<b>Pendidikan Terakhir</b>		
SD	14	42,42
SMP	16	48,48
SMA	3	9,10

**Pekerjaan**

Pedagang	27	81,81
Pegawai Swasta	2	6,06
Lainya	4	12,13

**Pendapatan**

< Rp. 1.000.000/Bulan	10	30,30
Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000/Bulan	23	69,70

Penelitian ini melibatkan responden sebanyak 33 orang. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang sedang berbelanja di usahatani *Saung Supa Jaya*. Bahwa jumlah konsumen jamur tiram coklat didominasi oleh laki -laki sebanyak 20 orang dengan persentase 60,60%, kemudian konsumen perempuan sebanyak 13 orang dengan persentase 39,40%. Karakteristik usia dengan presentasi tertinggi adalah usia dari 41-50 tahun yaitu sebanyak 72,72% kemudian diikuti yang berusia >51 tahun dengan persentase 18,18% dan usia 30 – 40 tahun sebanyak 3 orang dengan persentase 9,10%. Tingkat Pendidikan didominasi oleh SMP sebanyak 16 orang dengan persentase 48,487%. Kemudian yang di urutan kedua di dominasi tingkat SD sebanyak 14 orang dengan persentase 42,42%, dan tingkat Pendidikan SMA dengan jumlah 3 orang dengan persentase 9,10%. Tingkat pekerjaan responden didominasi oleh

pedagang sebanyak 27 orang atau sebesar 81,81%. Kemudian mereka yang bekerja sebagai lainnya sebanyak 4 orang atau sebesar 12,13% dan mereka yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 2 orang atau sebesar 6,06%. Tingkat pendapatan perbulan Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 sebanyak 23 orang dengan persentase 69,70%. Kemudian diikuti pendapatan perbulan <Rp 1.000.000 sebanyak 10 orang dengan persentase 30,30%.

**Preferensi dan Sikap Konsumen**

Preferensi merupakan suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut, atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan. dan sikap menggambarkan evaluasi, perasaan, dan kecendrungan. seseorang yang secara relatif konsisten terhadap suatu objek atau gagasan.

Atribut Tiram Coklat	Jamur	Kategori Atribut Jamur Tiram Coklat	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)	Preferensi Konsumen
Harga		> Rp 25.000/Kg	5	15,15	≤ Rp 25.000/Kg
		≤ Rp 25.000/Kg	28	84,85	
Ukuran		Besar	19	57,57	Besar
		Kecil	14	42,43	
Tekstur		Padat	29	87,87	Padat
		Lembek	4	12,13	
Persediaan		> 15 Kg	17	51,51	> 15 Kg
		≤ 15 Kg	16	48,49	

### 1. Harga

Harga ≤ Rp. 25.000/Kg dengan jumlah sebanyak 28 orang dengan persentase 84,85% dan harga > Rp. 25.000/Kg dengan jumlah 5 orang dengan persentase 15,15%. Konsumen dengan sampel adalah responden yang Salah satu faktor mengapa produk laku di pasaran yaitu harga yang murah dan terjangkau. Banyak konsumen yang mencari harga pebanding akan suatu produk di pasar, apabila ada produk serupa dengan kualitas sama dan harga yang berbeda, sudah pasti konsumen akan memilih harga produk yang paling murah. Hal ini dikarenakan konsumen merasa apabila ada harga yang lebih rendah kenapa harus memilih harga yang mahal. Namun ceritanya akan berbeda apabila konsumen mencari kualitas akan sebuah produk. Karena memang harga tidak bisa membohongi kualitas dari produk tersebut. Hal tersebut juga dipengaruhi dengan jumlah pendapatan masyarakat atau responden yang sejumlah 1.000.000 - 2.000.000/Bulan dengan pendapatan demikian masyarakat atau responden

cenderung akan memilih harga jamur yang murah dikarenakan jamur bukan makanan pokok yang harus selalu ada atau sering ada dalam konsumsi masyarakat tersebut.

### 2. Ukuran

Dari semua jumlah 33 orang responden yang memilih atribut ukuran, 19 orang memilih ukuran besar dengan persentase 57,57%, kemudian disusul dengan 14 responden memilih ukuran kecil dengan persentase 42,43%. Konsumen lebih memilih ukuran jamur yang lebih besar. Hal tersebut dikarenakan ukuran yang lebih besar lebih dicari oleh konsumen dikarenakan jamur memiliki sifat mengecil/menyusut ketika dimasak apapun. Sehingga mengurangi tekstur ketika dikonsumsi. Ukuran kecil memiliki diameter 4-9 CM dan ukuran besar memiliki diameter 10-15 CM. Pandangan masyarakat tentang hal tersebut selalu melekat sehingga sampai sekarang bukan hanya konsumen bahkan masyarakat umum lebih memilih jamur yang berukuran besar.

### 3. Tekstur

Dari semua jumlah 33 orang responden yang memilih atribut ukuran, 29 orang memilih tekstur padat dengan persentase 87,87%, kemudian disusul dengan 4 orang responden memilih tekstur lembek dengan persentase 12,13%. Dalam hal tekstur konsumen lebih memilih jamur yang bertekstur padat dan yang tidak terlalu lembab atau terlalu kering. Tutupnya harus seutuh mungkin. Semakin muda jamur, maka akan semakin empuk dan semakin sedikit layu saat dimasak. Konsumen memilih tekstur yang padat dengan sedikit keras, tidak berlendir dan tidak berkerut. Jika sudah terkena air, permukaan jamur otomatis akan berair dan menghitam. Selain hal tersebut, dalam tekstur juga harus memiliki batang dan tudung yang utuh. Dalam tekstur jamur juga jangan memiliki bercak merah atau hijau dan harus memiliki aroma yang bagus. Aroma khas jamur sedikit mirip dengan bumbu adas manis, aromanya sering hilang dalam beberapa jam. Jamur yang teksturnya sudah rusak baunya akan sedikit membusuk.

#### 4. Persediaan

Dari semua jumlah 33 orang responden yang memilih atribut persediaan,

17 orang memilih persediaan yang memiliki >15 kg dengan persentase 51,51%, kemudian disusul dengan 16 responden memilih persediaan yang memiliki ≤ 15 Kg dengan persentase 48,49%. Produksi jamur yang secara umum biasanya mengalami fluktuasi mengakibatkan susah bagi konsumen untuk mengonsumsi jamur tersebut. Sehingga untuk mengatasi hal tersebut dilakukanlah preferensi konsumen dengan atribut persediaan bahan baku jamur itu. Responden memilih persediaan > 15 Kg dikarenakan setiap hari kebutuhan bahan baku jamur untuk satu hari sesuai fakta empiris oleh responden ketika persediaan ≤ 15 Kg konsumen kadang kala tidak kebagian ketika ingin membeli karena konsumen kebanyakan membeli yang tidak menentu. Agar kebutuhan bahan baku jamur di *Saung Supa* Jaya di hari sekarang dan masa mendatang dapat diketahui dengan tepat, maka dapat dilakukan melalui aktivitas peramalan dengan menggunakan metode pertanyaan menyusupkan persediaan dalam atribut jamur.

Atribut Jamur Tiram Coklat	Keyakinan (bi)	Evaluasi (ei)	Sikap (Ao)	Peringkat
Harga	3,69	3,45	12,7305	IV
Ukuran	3,87	3,69	14,2803	III
Tekstur	3,72	3,87	14,3964	II
Persediaan	4,15	4,33	17,9695	I

### 1. Tingkat Persediaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden menyukai jamur tiram coklat dengan tingkat persediaan  $> 15$  kg. Sebagian responden memilih tingkat persediaan  $\leq 15$ kg, oleh karena itu konsumen dan pembelian jamur tiram coklat yang tidak menentu ditambah lagi produksi jamur tiram coklat di Desa Selamanik hanya ada di *Saung Supa Jaya*. Maka dari itu sebagian konsumen yang datang ke tempat terakhir tidak kebagian persediaan jamur tiram coklat karena konsumen yang lebih awal sudah terlebih dahulu untuk membeli produk jamur tiram coklat.

Pada penilaian sikap konsumen, tingkat persediaan memperoleh tingkat yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai atribut lainnya. Tingkat persediaan jamur tiram coklat menduduki peringkat pertama dari atribut lain. Adapun tingkat persediaan ini artinya tingkat persediaan dianggap sebagai atribut yang paling penting dan paling di pertimbangkan oleh konsumen.

### 2. Tingkat Tekstur

Pada atribut tekstur jamur tiram coklat responden diberikan dua pilihan yaitu tekstur padat dan tekstur lembek. Hasil perhitungan preferensi menunjukkan bahwa responden jamur tiram coklat di *Saung Supa Jaya* lebih menyukai tekstur padat yang tidak terlalu lembab atau kering. Selain karena selera, responden juga mengungkapkan bahwa pemilihan tekstur

yang padat dengan sedikit keras, nantinya akan memiliki batang yang utuh. Apabila jamur tiram coklat terkena air, otomatis permukaan jamur akan meleleh dan menghitam. Selain itu, strukturnya juga harus memiliki batang dan daun yang utuh. Tekstur jamur tidak boleh berbintik merah atau hijau dan harum. Aroma khas jamur agak mirip dengan bumbu adas manis, biasanya aromanya hilang setelah beberapa jam. Jamur yang teksturnya rusak akan berbau agak busuk.

Tekstur jamur pada penelitian sikap konsumen memperoleh nilai tertinggi kedua setelah tingkat persediaan. Hal ini menunjukkan bahwa tekstur jamur menjadi hal yang penting kedua yang akan menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian jamur tiram coklat.

### 3. Tingkat Ukuran

Preferensi konsumen terhadap atribut ukuran adalah jamur tiram coklat yang berukuran besar dan kecil. Pada penilaian atribut ukuran yang menjadi peringkat terbesar yaitu ukuran besar dengan persentase 57,57%. Pada penilaian sikap konsumen ukuran menjadi atribut yang ada di peringkat ketiga. Ukuran menjadi aspek penting dalam suatu produk. Atribut ukuran mendapat urutan ketiga dari atribut lainnya, dapat dikatakan bahwa atribut ini cukup di pertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan pembelian. jamur yang berukuran lebih besar lebih banyak dicari

dipasaran karena jamur mempunyai sifat menyusut ketika dimasak, apapun opini masyarakat yang mem bahas nya selalu melekat sehingga hingga saat ini tidak hanya konsumen saja, bahkan masyarakat umum. lebih menyukai jamur yang lebih besar.

#### 4. Tingkat Harga

Atribut harga memiliki kaitan erat dengan kemampuan seseorang untuk membayar suatu produk baik itu barang atau jasa yang dibeli oleh konsumen. Harga juga bisa berkaitan dengan kepuasan atau ketidak puasan konsumen terhadap suatu produk yang dibelinya. Apakah harga tersebut sudah sesuai dengan kualitas yang didapat sehingga konsumen mendapatkan kepuasan atau justru harga tersebut tidak sesuai dengan produk yang dibeli sehingga memunculkan ketidakpuasan pada diri konsumen. Berdasarkan hasil perhitungan preferensi konsumen, harga jamur tiram coklat yang disukai konsumen adalah harga yang kurang dari sama dengan Rp. 25.000/Kg. Pada penilaian sikap konsumen terhadap atribut jamur tiram coklat ada pada urutan ke-4 setelah atribut ukuran. Hal ini dapat dideskripsikan bahwa harga jamur tiram coklat tidak begitu dipertimbangkan dalam mengambil keputusan pembelian.

Responden yang membeli jamur tiram coklat di *Saung Supa Jaya* mayoritas yang mendapatkan penghasilan dalam satu

bulan sekitar Rp. 1.000.000 - 2.000.000. Sehingga konsumen dengan pendapatan tersebut tidak mem permasalahan harga ketika mengeluarkan sejumlah uang lebih untuk membeli jamur tiram coklat, beberapa responden yang tidak mem permasalahan harga jamur tiram coklat.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari hasil penelitian adalah:

1. Preferensi konsumen terhadap jamur tiram coklat adalah jamur tiram coklat yang memiliki harga  $\leq$  Rp. 25.000, kemudian memiliki ukuran besar, diikuti dengan tekstur padat dan memiliki tingkat persediaan  $>$  15 kg.
2. Atribut jamur tiram coklat yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian adalah tingkat persediaan, hal ini berkaitan dengan kebutuhan konsumen terhadap pembelian jamur tiram coklat yang tidak menentu disetiap harinya. Maka dari itu sebagian konsumen yang datang ke tempat terakhir tidak kebagian persediaan jamur tiram coklat karena konsumen yang lebih awal sudah terlebih dahulu untuk membeli produk jamur tiram coklat, untuk itu atribut persediaan jamur tiram coklat di

*Saung Supa* Jaya atribut yang paling utama dipertimbangkan.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, persediaan jamur tiram coklat menjadi atribut yang paling utama dipertimbangkan dalam keputusan pembelian. Oleh karena itu produsen jamur tiram coklat harus bisa meningkatkan produksi agar persediaan jamur tiram coklat dapat memenuhi kebutuhan konsumen terhadap pembelian jamur tiram coklat.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Adnan. Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 2019, 7.2.

Adelawati, Kitty. Analisis Konjoin Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Organik di Brastagi

Supermarket Medan. 2020. PhD Thesis.

Febrianti, Teti; Tsani, Asrul; Milla, Amalia Nur. Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik di Kota Sukabumi. *Paspalum: Jurnal Ilmiah Pertanian*, 2019, 7.1: 1-8.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung.

Sari, Dyah Purnama; Sutapa, Panggung. Efektivitas Pembelajaran Jarak Jauh Dengan Daring Selama Pandemi Covid-19 Mata Pelajaran Pendidikan Jasmani Olahraga Dan Kesehatan (Pjok). In: *Seminar Nasional Olahraga*. 2020.

Rahman Sahli, Arjil. Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Yang Dimediasi Kepuasan Pelanggan Goride Jakarta. 2019. PhD Thesis. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (SteI) Jakarta.

Asriah, Gina. Sikap Konsumen Terhadap Atribut Ikan Nila. 2021. PhD Thesis. Universitas Siliwangi.