

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENARIK MINAT
PEMBELI DI ALFAMART KIRONGGO WIROSENTIKO
PALEMBANG**

LAPORAN AKHIR

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Menyelesaikan Pendidikan Program DIII
Jurusan Manajemen Pemasaran**



Diajukan Oleh :

MAHMUBAH

NPM. 2001150005

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

2023

**UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN AKHIR

Nama : Mahmubah
Nomor Pokok : 2001150005
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen Pemasaran
Jenjang Pendidikan : Diploma III (D III)
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Strategi Pemasaran Untuk
Menarik Minat Pembeli di
Alfamart Kironggo Wirosentiko
Palembang

Pembimbing Laporan Akhir :

Tanggal : 11-10-2023

Pembimbing I

Herman Efrizal, SE,MM

NIDN. 202066602

Tanggal : 10-10-2023

Pembimbing II

Veny Mayasari, SE,MM

NIDN. 0204078902

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Tanggal : 11-10-2023



Dr. Msy. Mikial, M.Si, Ak. CA,CSRS

NIDN. 0205026401

Ketua Program Studi

Tanggal : 11-10-2023

Suharti, SE,MM

NIDN. 0220086501



**UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR

Nama : Mahmubah
Nomor Pokok : 2001150005
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen Pemasaran
Jenjang Pendidikan : Diploma III (D III)
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Strategi Pemasaran Untuk
Menarik Minat Pembeli di
Alfamart Kironngo Wirosentiko
Palembang

Penguji Laporan Akhir :
Tanggal : 10 - 10 - 2023.....

Ketua Penguji :

Herman Efrizal, SE,MM
NIDN. 202066602

Tanggal : 10 - 10 - 2023.....

Penguji I :

Veny Mayasari, SE,MM
NIDN. 0204078902

Tanggal : 11 - 10 - 2023.....

Penguji II :

Suharti, SE,MM
NIDN. 0220086501

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi

Tanggal : 11 - 10 - 2023.....

Tanggal : 11 - 10 - 2023.....




Dr. Msy. Mikial, M.Si, Ak. CA, CSRS
NIDN. 0205026401


Suharti, SE,MM
NIDN. 0220086501



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“ Allah SWT tidak akan Membebani seorang hamba melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al-Baqarah, 2:286)

“ Tidak ada mimpi yang gagal, yang hanya ada mimpi yang tertunda”

(Brando Windah Basudara)

Kupersembahkan kepada :

- Orang Tua ku Bapak (M.Daud) dan Ibu (Ropiah) yang selama ini sudah banyak berkorban dan senantiasa selalu memberikan doa dan semangat serta nasehat-nasehat yang bisa membuatku selalu semangat.
- Saudara-saudaraku Tersayang Ayunda (Septi Diana), (Serlina Ningsih), Kakakku (Usep Nandar Taufik) dan Adikku (Muhammad Jabir) yang telah memberikan semangat dan doa.
- Keluarga Tercinta yang telah memberikan doa dan semangat selama ini dalam belajar.
- Sahabat-sahabat Tersayangku Mia Gustami, Noftarina Serina Putri, Lidia Pratiwi terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya selama bertahun-tahun, terimakasih telah menjadi penyemangat saya. Tetap saling merangkul dalam setiap keadaan sampai selamanya.
- Sahabat-sahabat kecilku Siti Hardiyanti, Revie Ida Paramitha, Dewi Fatimah, Fauziah, Holifah, yang telah memberikan semangat dan doa dari kejauhan semoga kita diberikan kesuksesan bersama.
- Teman-teman Seperjuanganku Rara Dwi Putri, Vipi Benmes, Kemala Hayati dan teman-teman yang lainnya yang selama ini telah banyak memberikan semangat saling menasehati, bantuan dan susah senang dalam mencari ilmu.
- Teruntuk Diriku, Terimakasih sudah mau melalu setiap proses dan mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan. Terimakasih selalu teguh menyakinkan diriku untuk menghadapi semuanya dan tidak mengiakan kata “menyerah” dan menghentikan semua perjuangan yang tak sudah-sudah.
- Para Pendidikku yang kuhormati
- Almamater yang kubanggakan dan para dosen yang terhormat yang senantiasa memberikan ilmu dan pengarahannya dalam mencari ilmu, semoga allah akan membalas semuanya.

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertanda Tangan di bawah ini :

Nama : Mahmubah
Nomor Pokok : 2001150005
Jurusan/ Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran
Jenjang Pendidikan : Diploma Tiga (DIII)
Tempat Tanggal Lahir : Pulau Gemantung, 28 September 2001

Menyatakan Bahwa Laporan Akhir yang dibawah ini :

Strategi Pemasaran Untuk Menarik Minat Pembeli di Alfamart Kironggo wirosentiko Palembang

Merupakan hasil karya saya sendiri dan apabila terbukti sebagai hasil karya orang lain, Saya bersedia menerima segala sanksi yang telah ditetapkan. Demikian Surat Pernyataan Laporan Akhir ini dibuat sebagai mestinya dan benar adanya.

Palembang, 11 Oktober 2023



Mahmubah

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Allah S.W.T atas segala rahmat hidayah dan karunia Nya sehinggah saya dapat menyelesaikan Tugas ahir yang berjudul “**Strategi Pemasaran Untuk Menarik Minat Pembeli di Alfamart Kironggo Wirosentiko Palembang**” dalam waktu yang tepat tanpa adanya halangan yang berarti, menulis laporan akhir adalah salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Alih Madyah pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridinanti Palembang.

Laporan Ahir ini disusun berdasarkan apa yang telah penulis peroleh pada PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Dalam penulisan laporan akhir ini penulis merasa ada hambatan yang dihadapi, namun berkat bantuan, dorongan semangat, serta petunjuk dari segala pihak, laporan ini dapat diselesaikan sebelum waktu yang telah di tentukan. Walaupun hanya berbentuk kata-kata melalui tulisan ini mengucapkan terima kasih sebesar- besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE., MS. Selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE, Msi, AK. CA.CS.RS Selaku dekan fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridinanti Palembang.
3. Ibu Suharti, SE, MM. Selaku Ketua Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Universitas Tridinanti Palembang
4. Bapak Herman Efrizal, SE.MM. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan masukan dan saran yang bermanfaat.

5. Ibu Veny Mayasari, SE.MM Selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan masukan dan saran yang bermanfaat.
6. Bapak dan Ibu karyawan Alfamart Kironggo Wirosentiko Palembang yang telah banyak memberi masukan dan tugas yang sangat bermanfaat bagi penulis.
7. Kedua orang tua Bapak dan Ibu yang selalu memberikan dukungan serta doa.
8. Para sahabat dan teman-teman seperjuangan yang telah memberikan semangat satu sama lain.

Semoga ALLAH S.W.T membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Akhirnya penulis berharap semoga Laporan Akhir ini bermanfaat bagi penulis pada khususnya bagi pembaca pada umumnya.

Palembang, Juni 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
RIWAYAT HIDUP	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Manfaat Penelitian	6
1.4 Metode Penelitian	6
1.4.1 Lokasi Penelitian	7
1.4.2 Sumber Data	7
1.4.3 Teknik Pengumpulan Data	8
1.4.4 Teknik Analisa Data	8
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Perumusan	10
2.2 Konsep – Konsep Pemasaran.....	11
2.3 Strategi Pemasaran.....	13
2.4 Pengertian Minat Beli	17
2.5 Strategi Bersaing.....	18

2.5.1 Penertian Stratrgi Bersaing.....	18
2.5.2 Peran Strategi.....	20
2.5.3 Analisi Lingkungan Internal	20
2.5.1 Analisis Lingkungan Eksternal	20
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	22
3.1 Sejarah Singkat	22
3.2 Visi Dan Budaya Perusahaan	24
3.3 Logo Perusahaan	25
3.4 Struktur Organisasi	25
3.5 Letak Geografis Alfamart Kironggo Wirosentiko	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Kondisi Alfamart Kironggo Wirosentiko	30
4.2 Strategi Pemasaran Alfamart Kironggo Wirosentiko Dalam Menarik Minat Pembeli Masyarat Palembang	31
4.3 Penerapan Strategi Pemasaran Alfamart Kironggo Wirosentiko Dalam Menarik Minat Pembeli Masyarakat	40
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	48
5.1 Kesimpulan	48
5.2 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	50

DAFTAR GAMBAR

1.1 Gambar Logo Alfamart	25
1.2 Struktur Organisasi Alfamart Kironggo Wirosentiko.....	26

ABSTRAK

MAHMUBAH, Strategi Pemasaran untuk Menarik Minat Pembeli di Alfamart Kironggo Wirosentiko Palembang. (Dibawah Bimbingan Bapak Herman Efrizal, SE, MM dan Ibu Veny Mayasari, SE, MM)

Persaingan pasar di era Globalisasi tidak dapat di hindari, sebagai pencapaian terbaik para lulusan diharapkan mampu bersaing dan memiliki kemampuan intelektual yang cukup memadai untuk mengimbangi pesatnya perkembangan industry. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk Untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan Alfamart Kironggo Wirosentiko untuk menarik minat beli masyarakat dan untuk mengetahui kendala strategi pemasaran Alfamart Kironggo Wirosentiko untuk menarik minat beli masyarakat.

Hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut : Startegi yang digunakan dalam menarik minat beli masyarakat yakni startegi toko pada umumnya Yaitu menggunakan metode marketing mix, seperti melakukan promosi menggunakan media sosial atau membagi brosur dan juga melakukan perbaikan kualitas pelayanan terhadap konsumen. Akan tetapi metode ini belum sepenuhnya menjangkau masyarakat sehingga penjualan dapat dianggap belum maksimal. Adanya kendala yang dihadapi oleh Alfamart Kironggo Wirosentiko dimana sebagian Kendala produknya sering berdebu dan area sales kotor, dan produk belum dikenal masyarakat, stok barang yang telat atau habis sehingga para karyawan Alfamart Kironggo Wirosentiko tida bisa memenuhi apa yang diinginkan oleh Konsumen dan yang terahir kendala Alfamart yakni kurangnya komunikasi antara masyarakat.

Aplikasi Penelitian ini dimasa akan datang disarankan Untuk Alfamart Kironggo Wirosentiko Para karyawan Alfamart untuk lebih meningkatkan profesional kerjanya baik itu pelayanan ditingkatkan lagi dan Untuk masyarakat harus lebih teliti lagi saat membeli suatu barang, dan mencoba untuk memilih produk yang berkualitas bukan pada kuantitas produk.

Kata kunci : Strategi, Minat Beli

RIWAYAT HIDUP

Mahmubah, dilahirkan di Pulau Gemantung pada tanggal 28 September 2001 dari Ayah M Daud dan Ibu Ropiah, Ia anak ke 3 dari 4 bersaudara.

Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2013 di SD N 1 Pulau Gemantung, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2016 di SMPN 1 Tanjung Lubuk Kab OKI dan Selanjutnya menyelesaikan Sekolah Menengah Kejuruan Pada tahun 2019 di SMKN 1 Kayuagung. Pada tahun 2020 ia memasuki Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Pemasaran Diploma Tiga Universitas Tridinanti Palembang.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan manusia semakin meningkat seiring berkembangnya zaman, terutama kondisi social ekonomi masyarakat dimana gaya hidup masyarakat berubah seiring zaman modern sehingga tempat belanja pun berubah, dimana semakin tinggi juga status social seseorang maka semakin tinggi juga tuntutan terhadap gaya hidup serta pelayanannya.

Persaingan pasar diera Globalisasi tidak dapat di hindari, sebagai pencapaian terbaik para lulusan diharapkan mampu bersaing dan memiliki kemampuan intelektual yang cukup memadai untuk memadai untuk mengimbangi pesatnya perkembangan industri. Hal ini tentu memerlukan berbagai pengalaman dalam meningkatkan kemampuan serta pengetahuan mahasiswa terhadap sektor industri. Mengingat semakin canggihnya teknologi para lulusan pun diharapkan untuk mengikutinya sehingga sehingga dapat memperluas wawasan dan pengetahuan untuk meningkatkan kualitas diri seseorang.

Sementara itu disatu sisi masih terdapat kesenjangan antara dunia pendidikan kita, khususnya dari kalangan Perguruan Tinggi, dengan dunia kerja yang sebernarnya. Kenyataan yang kita temui saat ini adalah para sarjana lulusan Perguruan Tinggi hanya sebagai sumber daya yang siap latih, bukan siap pakai. Penyebab utamanya adalah ketertinggalan Perguruan

Tinggi terhadap perkembangan teknologi dan informasi yang ada didunia luar. Untuk itu sebagai salah satu upaya yang ditempuh Perguruan Tinggi untuk mengantisipasi permasalahan diatas adalah dengan mewajibkan setiap mahasiswanya untuk menyusun Laporan Akhir disuatu lembaga, Instansi atau perusahaan, baik pemerintah maupun swasta, yang sesuai dengan disiplin ilmu yang ditekuninya. Dengan menyusun Laporan Akhir di tempat magang pada perusahaan-perusahaan atau instansi tertentu diharapkan mahasiswa dapat memiliki gambaran yang lebih mendalam tentang kondisi nyata di dunia kerja, sekaligus dapat menambah pengalaman serta membuka cakrawala pandang yang lebih luas yang mungkin tidak didapatkan dibangku kuliah.

Laporan akhir ini merupakan salah satu untuk memperoleh gelar Ahli Madya Prodi D3 Manajemen Pemasaran di Universitas Tridinanti Palembang yang dilaksanakan di Semester VI, pada bangku perkuliahan terdapat beberapa mata kuliah seperti Manajemen Pemasaran, Praktek sales promosi dan lain-lainnya yang membutuhkan kesinambungan antara pembelajaran yang telah di dapat baik secara teori maupun praktek dengan implementasinya dilapangan.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Seperti yang dijelaskan oleh kotler dan Amstrong (2011:62) dalam bauran pemasaran setidaknya ada 4 (empat) cara yang harus dilakukan oleh setiap pelaku usaha yang ingin menjadi

pemenang pasar, keempat cara tersebut ialah produk dengan kualitas baik (*product*), harga bersaing dipasaran (*price*), promosi penjualan (*promotion*), dan yang terakhir adalah tempat atau saluran distribusi yang baik (*place*).

Menurut asosiasi pengusaha Ritel Indonesia (APRIANDO), Bisnis ritel atau usaha eceran di Indonesia mulai berkembang pada kisaran tahun 1980an dengan mulai dikembangkannya perekonomian Indonesia. Hal ini timbul sebagai akibat pertumbuhan yang terjadi pada masyarakat kelas menengah yang menyebabkan timbulnya permintaan terhadap supermarket dan department store diwilayah perkotaan. Sebagai contoh salah satu usaha retail yang Yaitu Alfamart, pertumbuhan penjualan bersih pada 2014 sempat tumbuh 22,21 persen lalu pada 2015 pertumbuhan turun tipis 21,41 persen. Pada 2016 , jumlah gerai Alfamart mencapai 9.003 gerai milik sendiri dan 3.363 gerai kerja sama waralaba. Berdasarkan laporan keuangan emiten perdagangan eceran yang didirikan Djoko susanto, PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk. Membukukan pendapatan bersih per desember 2016 senilai Rp 56,1 Triliun tumbuh 16,24% dari posisi Rp 48,26 Triliun pada period sama ditahun sebelumnya (Tempo.co) :

1. Era sebelum tahun 1990an; Era perkembangan ritel Tradisional yang terdiri atas pedangan-perdangang independen. Dunia ritel Indonesia pun sudah mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Tahapan pada evolusi perkembangan industry sebagai berikut (Soliha,2011)

2. Tahun 1960an; Era perkenalan ritel modern dengan format department store ditandai dengan dibukanya gerai ritel pertama sarinah di JL.MH. Thamrin Jakarta.
3. Tahun 1970-1980an; Era perkembangan ritel modern dengan format supermarket dan departemen store, ditandai dengan hadirnya peritel modern seperti matahari,hero, dan Ramayana.
4. Tahun 1990an; Era perkembangan convenient store, yang ditandai dengan maraknya pertumbuhan minimarket seperti indomaret. Pertumbuhan high class department store dengan masuknya sogo,metro dan lainnya. Pertumbuhan format cash dan carry dengan berdirinya makro, diikuti goro dan Alfa.
5. Tahun 2000-2010an; Era Perkembangan Hypermart dan perkanalan e-retailing. Era ini di tandai dengan hadirnya Carrefour dengan format hypermart dan hadirnya lippo-shop yang memperkenalkan e-retailing di Indonesia berbasis pada pengguna internet. Konsep ini kala itu masih asing dan sukar diterima oleh kebanyakam masyarakat Indonesia yang masih terbiasa melakukan perdagangan secara langsung. Selain format tersebut, terdapat pula format waralaba.

Persaingan yang semakin ketat diantara usaha retail atau eceran membuat para pelaku usaha berlomba-lomba menyajikan program penjualan yang dapat menarik minat pembeli untuk weekend/promo jumat-sabtu-minggu (JSM). Dalam program promosi ini setiap usaha ritel menetapkan

produk-produk tertentu yang menawarkan promosi tertentu misalnya diskon harga yang cukup signifikan dibandingkan harga normal, beli 1 gratis 1 atau variasinya seperti beli 3 gratis 1 ataupun memberikan sampel gratis misalnya gratis sampel produk A bila membeli produk B. Strategi pemasaran produk ini disusun dalam satu katalog khusus dan di upload secara elektronik dan berlaku hanya pada akhir pekan saja (Jumat-Sabtu-Minggu) atau variasinya seperti long weekend bila ada tanggal merah sesudahnya.

Masalah yang sering terjadi di Alfamart, seringkali komplek Harga yang tidak sesuai dengan yang ada di Rak, sering terjadinya kasir tidak memberikan struk belanja kepada konsumen dan area sales kotor atau barang berdebu.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Strategi Pemasaran Untuk Menarik Minat Pembeli di Alfamart Kironggo Wirosentiko Palembang”.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan Alfamart Kironggo Wirosentiko untuk menarik minat beli masyarakat.
- b. Untuk mengetahui kendala strategi pemasaran Alfamart Kironggo Wirosentiko untuk menarik minat beli masyarakat.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Semua penulis berharap hasil tulisannya akan bermanfaat bagi diri sendiri maupun orang lain. Adapun manfaat yang diharapkan dalam penulisan ini adalah :

- a. Hasil penelitian ini dapat bermanfaat dalam bidang akademik secara khusus dan untuk masyarakat pada umumnya guna dapat dijadikan sebagai sumber informasi, rujukan serta referensi bagi mahasiswa-mahasiswa yang selanjutnya akan melakukan penelitian agar kualitas penelitian selanjutnya dapat ditingkatkan.
- b. Bagi konsumen, penelitian ini bisa dijadikan sebagai sebuah sumber informasi kualitas produk dan layanan terhadap konsumen yang diberikan oleh pihak alfamart.
- c. Bagi pihak Alfamart, tulisan ini dapat menjadi acuan untuk mengambil tindakan ataupun melakukan perubahan terutama bagi strategi yang digunakan dalam menarik minat beli di Alfamart.

1.4 Metode Penelitian

Dalam pembuatan Laporan Akhir ini, adapun cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data-data tersebut ialah dengan lokasi penelitian, sumber data, Teknik pengumpulan data, Teknik analisa data.

1.4.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Alfamart Kironggo Wirosentiko. Minimarket cabang Palembang yang berlokasi di Jl. Kironggo Wirosentikon Rt.30 Ilir, Kec Ilir Barat II, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30144.

1.4.2 Sumber Data

Sumber data merupakan subjek dimana data tersebut didapatkan atau mengambil data, adapun yang menjadi subjek sumber informasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari narasumber dan tidak tersedia dalam bentuk file maupun kompilasi. Data ini didapatkan melalui observasi dan wawancara terhadap kepala toko atau pegawai alfamart di Kironggo wirosentiko serta masyarakat yang membeli produk ditoko tersebut.

b. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang sudah ada dan didapatkan dari buku atau perpustakaan, internet, jurnal-jurnal, database perusahaan, catatan-catatan, dan majalah yang berkaitan dengan penelitian.

1.4.3 Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian ini penulis akan menggunakan metode Wawancara, Observasi, dan Dokumentasi.

1.4.4 Teknik Analisa Data

Teknik Analisa Data terdiri dari 3 Komponen , Yaitu :

- 1.Redukasi Data, Editing, menyusun catatan dan menyusun rancangan konsep.
2. Penyajian Data
- 3.Penarikan Kesimpulan, Mengimplementasikan prinsip, edukatif dengan mempertimbangkan pola-pola yang ada.

1.5 Sistematis Penulisan

Untuk Mempermudah pemahaman laporan akhir ini, akan disajikan sistematis penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penlitian dan sistematis penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam Bab ini di uraikan teori-teori keilmuan, prinsip-prinsip asumsi-asumsi yang mendasari permasalahan yang diamati.

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Disini akan disajikan data atau hasil penelitian empiris yang menyangkut gambaran umum objek yang teliti.

BAB IV PEMBAHASAN

Dalam Bab ini dikemukakan pembahasan atau analisa terhadap permasalahan penelitian dengan menggunakan teknik analisa.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam Bab ini akan diuraikan kesimpulan dari hasil penelitian atau pembahasan yang dilakukan

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Arifin, Nugraha. 2015. “Strategi Pemasaran dan Minat Beli”. *Jurnal Simbolka*
- Alfian, Nugroho, 2013, Peningkatan keputusan pembelian dalam menarik minat beli ulang konsumen berbasis kualitas pelayanan, citra toko dan social influence. *Jurnal Manajemen Bisnis*
- Donny, M, A. 2020. *Analisis Strategi Pemasaran dan Keputusan Pembeli di Indomaret Ki Gede Ing Suro*. Laporan Akhir. Universitas Tridinanti
- Effendi Amin Aidil. 2019. *Analisis bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan Azka Toys Pamulang Tangerang Selatan*. Jurnal Ilmiah Feasible. Pusat Inkubasi Bisnis dan Kewirausahaan Universitas Pamulang (PINBIK UNPAM).
- Farida Yulianti, Lamsah dan Priyadi. 2019. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Deepublish.
- Febriyani, Fitriah. 2017. “Pengaruh Strategi Pemasaran dan Pengembangan Produk Terhadap Minat Beli”. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Furqon, M, Enggun, Y, N. 2022. Pengembangan Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Musyawah, I, Y, Desi, I. 2022. *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju*. Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen.
- Nana Herdiana Abdurrahman. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015.
- kotler dan Amstrong. 2011 . *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*.
- Kotler and Keller. 2011 . *Marketing Management*. Edisi 13.
- Soliha, Euis., 2011. Analisis Industri Ritel di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*. Fakultas Ekonomi Universitas Stikubank Semarang

Tjiptono, Fandy. 2010. Strategi Pemasaran Edisi ke 3. Yogyakarta : Andi

Zakaria, Y. 2022. *Strategi Pemasaran Alfamart Mujur Mungki dalam Menarik Minat Beli Masyarakat Desa Mujur Praya Timur Lombok Tengah*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Mataram.

