

**STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN DALAM
MENCIPTAKAN MINAT BELANJA KONSUMEN DI
ALFAMART KIRONGGO WIRASANTIKA PALEMBANG**

LAPORAN AKHIR

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



Diajukan oleh :

DEWI GUSTINA

NPM.

2101150001

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS

TRIDIANANTI

2024

UNIVERSITAS TRIDINANTI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN LAPORAN AKHIR

Nama : Dewi Gustina
Nomor Pokok : 2101150001
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen Pemasaran
Jenjang Pendidikan : Diploma III (D III)
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Laporan Akhir : Strategi Manajemen Pemasaran Dalam
Menciptakan Minat Belanja Konsumen
Di Alfamart Kironggo Wirasantika
Palembang

Pembimbing Laporan Akhir :

Tanggal : 01 Oktober 2024

Tanggal : 01 Oktober 2024

Pembimbing I : 

Suharti, SE,MM

NIDN. 0220086501

Pembimbing II : 

Veny Mavasari, SE,MM

NIDN. 0204078902

096/PS/DFEB/24

Mengetahui,

Dekan

Tanggal : 02 Oktober 2024



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

NIDN. 0205026401

Ketua Program Studi

Tanggal : 01 Oktober 2024



Sulrarti, SE,MM

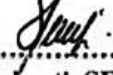
NIDN. 0220086501

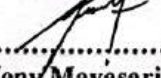
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

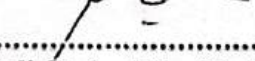
HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR

Nama : Dewi Gustina
 Nomor Pokok : 2001150001
 Jurusan/Prog. Studi : Manajemen Pemasaran
 Jenjang Pendidikan : Diploma III (DIII)
 Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
 Judul Laporan Akhir : Strategi Manajemen Pemasaran Dalam
 Menciptakan Minat Belanja Konsumen Di
 Alfamart Kironggo Wirasantika Palembang

Penguji Laporan Akhir:

Tanggal : 01 Oktober 2024 Ketua Penguji: 
 Suharti, SE.MM
 NIDN.0220086501

Tanggal : 01 Oktober 2024 Penguji I : 
 Veny Mavasari, SE. MM
 NIDN.0204078902


Tanggal : 01 Oktober 2024 Penguji II : 
 Rudi Chairuddin, SE., M.P.
 NIDN.0202026201

046/PS/DFEB/24


Mengesahkan :

Dekan,
 Tanggal : 02 Oktober 2024




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

Ketua Program Studi
 Tanggal : 01 Oktober 2024


 Suharti, SE, MM
 NIDN.0220086501

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

"Allah SWT tidak akan membebani seorang hamba melainkan sesuai dengan kesanggupannya"

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

"Dunia itu tempat berjuang, istirahat itu di surga"

(Syeh Ali Jaber)

Kupersembahkan kepada :

- Orang Tua ku Bapak (Alm. Muhammad Amin) dan Ibu (Mariyam) yang Selama ini sudah memberikan dukungan penuh dan selalu memberikan doa dan semangat serta nasehat.
- Saudara-saudaraku tersayang kakanda (Syamsul Awaludin),(Rudi Pasangkut) Ayundaku (Marleni) yang telah memberikan semangat dan doa.
- Sahabat-sahabat Tersayangku Msy.Tiara, Paulina Wati, Nurhanian, Siska Saisada, Hera Sastika Febriani. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup, terima kasih telah saling merangkul dalam setiap keadaan. Memberikan semangat serta doa, semoga kita senantiasa diberikan nikmat sehat dan kesuksesan dimasa depan.
- Teman-teman seperjuanganku di kelas D3 Manajemen Pemasaran yang selama ini Telah memberi semangat serta saling memberikan bantuan dalam proses pencarian ilmu.
- Teruntuk Dewi Gustina, Terima kasih telah berjuang dan bertahan sejauh ini, Kamu sudah hebat sejauh ini, tidak perlu membandingkan prosesmu dengan orang lain. Teruslah berjuang sampai garis finish kejar apa yang menjadi cita-citamu

tetap rendah hati dan selalu sertakan Allah SWT dan orang tua pada setiap prosesmu.

- Para pendidik Universitas Tridinanti yang kuhormati.
- Almamater yang kubanggakan dan para dosen yang terhormat yang senantiasa Memberikan ilmu dan pengarahannya dalam mencari ilmu, semoga Allah Swt membalas setiap ilmu yang Bapak-Ibu berikan.

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertanda Tangan Dibawah ini :

Nama : Dewi Gustina
Nomor Pokok : 2101150001
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen Pemasaran
Jenjang Pendidikan : Diploma III (D III)
Tempat Tanggal Lahir : Palembang, 27 Agustus 1998

Menyatakan Bahwa Laporan Akhir yang dibawah ini :

**STRATEGI MANAJEMEN PEMASARAN DALAM MENCIPTAKAN MINAT
BELANJA KONSUMEN DI ALFAMART KIRONGGO WIRASANTIKA
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, 03 Oktober 2024



Dewi Gustina

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Allah S.W.T atas segala rahmat hidayah dan karunia Nya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Menciptakan Minat Belanja Konsumen Di Alfamart Kironggo Wirasantika Palembang”** dalam waktu yang tepat tanpa adanya halangan yang berarti, menulis laporan akhir adalah salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Ahli Madyah pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridinanti Palembang.

Laporan Akhir 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 ditentukan. 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.CSRS 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. Ibu Suharti, SE, MM. Selaku Dosen Pembimbng 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 Manajemen Pemasaran Alfamart serta karyawan Alfamart Kironggo Wirasantika Palembang yang telah banyak memberi masukan dan tugas yang sangat bermanfaat bagi penulis.
7. Kedua orang tua Alm Bapak dan ibu saya tercinta yang telah mendoakan dan memberi dukungan bagi anak bungsunya ini.
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, Oktober 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK.....	xi
RIWAYAT HIDUP.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	8
1.4 Metode Penelitian.....	8
1.4.1 Lokasi Penelitian.....	8
1.4.2 Sumber Data.....	8
1.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	9
1.4.4 Teknik Analisa Data.....	9
1.5 Sistematis Penulisan.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
A. LANDASAN TEORI.....	11
1. Manajemen Pemasaran.....	11
2. Minat Berbelanja.....	15
3. Strategi Pemasaran.....	17
4. Strategi Bersaing.....	21

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	24
3.1 Sejarah Singkat.....	24
3.2 Visi Dan Budaya Perusahaan.....	26
3.3 Logo Perusahaan.....	27
3.4 Struktur Organisasi.....	27
3.5 Letak Geografis Alfamart Kironggo Wirosentiko.....	31
BAB IV PEMBAHASAN	32
4.1 Kondisi Alfamart Kironggo Wirosentiko.....	32
4.2 Strategi Manajemen Pemasaran Alfamart Kironggo Wirosentiko Menarik Minat Pembeli Masyarakat Palembang.....	33
4.3 Analisis Kendala Yang Di Hadapi Oleh Pihak Manajemen Dan Juga Alfamart Kironggo Wirosentiko Dalam Menciptakan Minat Belanja Konsumen.....	43
4.4 Penerapan Strategi Manajemen Pemasaran Alfamart Kironggo Wirasentiko Dalam Menciptakan Minat Belanja Konsumen.....	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Kesimpulan.....	52
5.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	55

DAFTAR GAMBAR

1.1 Diagram Data Penjualan Alfamart Kironggo Wirasantika.....	5
1.2 Logo Alfamart Kironggo Wirosentiko.....	27
1.3 Struktur Organisasi Alfamart Kironggo Wirosentiko.....	28

LAMPIRAN

Gambar 1. Foto harga adem sari yang tertera di rak Rp 11.200

Gambar 2. Harga yang tertera pada struk adalah 18.500 dimana terjadi selisih nominal dengan yang ada di rak

Gambar 3 . Rak Berdebu

Gambar 4. Produk berdebu

Gambar 5. Area Sales Kotor

Gambar 6. Data Laporan Penjualan

ABSTRAK

DEWI GUSTINA, Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Menciptakan Minat Belanja Konsumen Di Alfamart Kironggo Wirasantika Palembang. (Dibawah Bimbingan Ibu Suharti, SE,MM Dan Ibu Veny Mayasari, SE, MM).

Dunia bisnis dalam era globalisasi seperti yang tengah terjadi sekarang ini berada dalam situasi yang serba tidak menentu dan sulit sekali untuk diprediksi dalam menghadapi tantangan. Sebagai pencapaian terbaik para lulusan diharapkan mampu bersaing dan memiliki kemampuan intelektual yang cukup memadai untuk mengimbangi pesatnya perkembangan industry. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Manajemen Pemasaran di Alfamart Kironggo Wirasantika Palembang untuk menarik minat beli masyarakat.

Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut : Strategi yang digunakan dalam menarik minat beli masyarakat yakni menggunakan metode marketing mix, seperti melakukan promosi menggunakan media social atau melakukan pembagian brosur juga melakukan perbaikan kualitas pelayanan terhadap konsumen dengan cara memberikan TSS(tatap senyum sapa)ketika konsumen datang, memberikan penawaran keranjang ketika konsumen memegang lebih dari tiga item produk ditangan, memberikan penawaran barang substitusi ketika barang yang dicari konsumen sedang kosong (stok tidak tersedia). Akan tetapi metode ini belum sepenuhnya menjangkau masyarakat sehingga penjualan dapat dianggap belum maksimal. Adanya kendala yang dihadapi

oleh alfamart kironggo wirasantika dimana sebagian kendala produknya sering berdebu dan area salesnya kotor, serta stok barang yang habis sehingga para karyawan alfamart kironggo wirasantika tidak bisa memenuhi apa yang diinginkan oleh konsumen dan yang terakhir kendala banyaknya kompetitor mengakibatkan masyarakat memilih harga promosi yang jauh lebih murah dibanding promosi di alfamart yang sedang berlangsung.

Kata kunci : Strategi, Minat Beli

RIWAYAT HIDUP

Dewi Gustina, dilahirkan di Palembang 27 Agustus 1998 dari ayah Alm. Muhammad Amin dan Ibu Mariyam, Ia anak ke 4 dari 4 bersaudara.

Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2010 di SD N I CEMPAKA, Sekolah menengah pertama diselesaikan pada tahun 2013 di SMP N I CEMPAKA Kab OKU TIMUR dan selanjutnya menyelesaikan sekolah Menengah Atas pada tahun 2016 di SMA N I CEMPAKA. Sempat ingin melanjutkan pendidikan perkuliahan namun karena keterbatasan biaya dan tidak ingin memberatkan ibu tercinta, ia memilih untuk bekerja terlebih dahulu. dan pada tahun 2021 ia memasuki Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Pemasaran Diploma Tiga Universitas Tridinanti Palembang

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Dunia bisnis dalam era globalisasi seperti yang tengah terjadi sekarang ini berada dalam situasi yang serba tidak menentu dan sulit sekali untuk diprediksi dalam menghadapi tantangan. Secara internal, organisasi menghadapi masalah produktivitas, mutu, biaya, waktu, pelayanan, keselamatan, lingkungan dan perilaku pekerja yang semakin hari semakin berat. Sementara secara eksternal, organisasi mendapat tekanan bertubi-tubi dari berbagai penjurur antara lain dari pelanggan, pemasok, kompetitor, lembaga swadaya masyarakat, pemerintah dan berbagai macam perubahan yang tidak terduga. Menghadapi kompleksitas dan intensitas tantangan yang semakin berat, pimpinan perusahaan atau organisasi dituntut berpikir kreatif untuk menemukan berbagai terobosan strategi yang mampu menciptakan sinergi yang memberikan kontribusi optimal bagi pencapaian tujuan organisasi. Untuk itulah perusahaan-perusahaan dituntut untuk dapat menerapkan suatu kebijakan-kebijakan yang strategis menyangkut pelayanan guna mengantisipasi adanya iklim persaingan yang semakin kompetitif. Salah satu unsur terpenting didalam suatu organisasi adalah keunggulan manajemen pemasaran dalam menciptakan strategi untuk menarik minat belanja konsumen. dibutuhkan manajemen pemasaran yang kreatif dan inovatif guna mendapatkan konsumen yang lebih banyak lagi (Wahyu Jatmiko

& Hadi, 2018).

Yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah harga. Harga merupakan sejumlah biaya berupa uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang di tukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Fandi Tjiptono, 2018)

Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Alfamart Kironggo Wirasantika Palembang harus mampu memberikan pelayanan yang pasti dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan dalam memenuhi kebutuhan pokoknya. Pelayanan pelanggan ini sangat penting artinya bagi kehidupan suatu perusahaan, karena tanpa pelanggan, maka tidak akan terjadi transaksi jual beli diantara keduanya. Untuk itu kegiatan pelayanan perusahaan haruslah berorientasi pada kepuasan pelanggan. Menghadapi Kualitas layanan adalah jumlah karakteristik dan sifat dari suatu produk maupun layanan bahwasannya mendukung kesanggupan guna memuaskan keinginan secara langsung maupun tidak langsung (Indrasari, 2019)

Kualitas pelayanan karyawan Alfamart Kironggo Wirasantika Palembang terhadap kepuasan konsumen dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan dalam meningkatkan pendapatan jangka panjangnya adalah pada sejauh mana kemampuan perusahaan atau organisasi melayani atau memberi pelayanan secara maksimal kepada para pelanggannya secara sistematis dan terprogram yang tidak melanggar nilai-nilai etika dalam sebuah bisnis. Selain kualitas pelayanan, peran manajemen pemasaran tidak kalah penting. Terobosan dalam menarik minat konsumen untuk lebih

memilih Alfamart Kironggo Wirasantika Palembang sebagai pilihan tempat belanja utama menjadi tugas utama yang harus dikuasai oleh pihak Manajemen Pemasaran. Mangingat banyaknya saingan swalayan serupa yang ada di Palembang. hal ini membuat konsumen merasa puas, termotivasi untuk membeli, dan mengarah pada perilaku pembelian produk tersebut (Syamnarila et al., 2022).

Seperti yang dijelaskan oleh kotler dan amstrong (2018:62) 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 dari akibat pertumbuhan yang terjadi pada masyarakat kelas menengah yang menyebabkan timbulnya permintaan terhadap supermarket dan department store diwilayah perkotaan. Sebagai contoh salah satu usaha ritel yaitu alfamart, pertumbuhan penjualan bersih pada 2014 sempat tumbuh 22,21 persen lalu pada tahun 2015 pertumbuhan turun tipis 21,41 persen, pada tahun 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 periode sama ditahun sebelumnya (Tempo.co).

1. Era sebelum tahun 1990an; era perkembangan ritel tradisional yang terdiri atas perdagangan-perdagangan independent. Dunia ritel Indonesia pun sudah mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Tahapan pada evolusi perkembangan industry .
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 peritelan 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 dengan goro dan Alfa.
5. Tahun 2000-2010an; era perkembangan Hypermart dan perkenalan e-retailing. Era ini ditandai 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 kebanyakan masyarakat Indonesian yang masih terbiasa melakukan perdagangan secara langsung. Selain format tersebut, terdapat pula format waralaba.

Masalah yang sering terjadi di Alfamart Kironggo Wirasantika Palembang, seringnya komplain harga yang tidak sesuai dengan yang ada di rak, sering terjadinya kasir tidak memberikan struk belanja kepada konsumen dan area sales kotor atau produk berdebu. Sehingga mengakibatkan konsumen merasa ragu akan kebersihan dan keamanan produk yang ada ditoko dan mengakibatkan berkurangnya minat belanja konsumen di alfamart Kironggo Wirasantika.

Berikut ini merupakan data penjualan untuk 4 (empat) bulan terakhir Alfamart Kironggo Wirasantika:



**Gambar 1.1 Diagram penjualan alfamart kironggo wirasantika
(Gambar asli terdapat di lampiran)**

Sumber : Alfamart Kironggo Wirasantika

Berdasarkan paparan diatas, penulis kemudian tertarik untuk melakukan penelitian mendalam mengenai aspek pelayanan yang menjadi seling value dan strategi manajer pemasaran dalam menumbuhkan minat belanja dan meningkatkan rasa kepuasan konsumen ketika berbelanja di Alfamart Kironggo Wirasantika Palembang. kita percaya bahwa kepuasan konsumen akan banyak memberikan dampak positif bagi kelangsungan hidup sebuah usaha. Juga 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) dan juga promo gajian untung (GANTUNG) yang diadakan setiap akhir bulan dimana banyak pekerja yang sedang menerima upah bulanan dipenghujung bulan. Dalam program promosi ini alfamart kironggo wirasantika Palembang diharapkan mampu memaksimalkan penawaran sebaik mungkin. Tidak sampai disitu manajemen pemasran juga menetapkan produk-

produk tertentu yang menawarkan promosi tertentu seperti diskon harga yang cukup signifikan dibandingkan harga normal, promo beli 1 gratis 1 atau variasinya seperti beli 2 gratis 1 ataupun memberikan sampel gratis misalnya gratis sampel produk A bila membeli produk B, bisa juga dengan cara mix margin dimana barang yang mempunyai keuntungan (margin) rendah di bandingkan dengan barang support yang mempunyai keuntungan (margin) yang tinggi contohnya pembelian roti di mix dengan minuman yang mempunyai keuntungan yang besar. .

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka permasalahan yang akan diteliti adalah apa saja strategi manajemen pemasaran dalam menciptakan minat berbelanja konsumen di alfamart kironggo wirasantika Palembang?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Bertolak belakang dari rumusan masalah laporan akhir diatas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengkaji Strategi Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Belanja Di Alfamart Kironggo Wirasantika Palembang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Sebagai bahan rujukan penulis lain terkait dengan strategi pihak manajemen pemasaran dalam melakukan pemasaran terhadap produk yang ada di alfamart kironggo wirasantika Palembang.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Penulis

Diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi penulis dalam memahami ilmu manajemen pemasaran, khususnya mengenai kualitas pelayanan karyawan dalam menarik minat belanja dan kepuasan konsumen alfamart kironggo wirasantika Palembang.

b) Bagi perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi masukan yang dipertimbangkan sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen, dalam merumuskan program dan tujuan serta pengambilan keputusan strategis dalam rangka pengembangan perusahaan.

c) Bagi Universitas

Diharapkan penelitian ini dapat menambah kajian ilmu mengenai pentingnya peran manajemen pemasaran dalam

meningkatkan minat belanja dan kepuasan konsumen. Disamping itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa lain yang akan melakukan penelitian yang sama dikemudian hari.

1.4 Metode Penelitian

Dalam pembuatan laporan akhir ini, ada pun 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 dilakakukan di PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk Di Jl Tembusan Terminal Alang-Alang Lebar Rt. 12 Rw. 05 Ds. Alang-Alang Lebar, Talang Kelapa, Kec. Sukarami Kota Palembang, Sumatera Selatan 30154. Dan di Alfamart Kironggo Wirasantika Minimarket Cabang Palembang Yang Berlokasi Di Jl. Kironggo Wirasantika. 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 didapat melalui observasi dan wawancara terhadap staf marketing alfamart serta divisi terlibat seperti area coordinator dan kepala toko atau pegawai alfamart di kironngo wirasantika 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, edukasi dengan pertimbangan 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 penelitian dan sistematis penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

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

- Subhan Muhammad, Budaya, Purwoko Indra,Dkk. 2023. *Manajemen Pemasaran Strategi Dan Praktek Yang Efektif*. Jambi : Pt. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hermansah Rudi. 2023. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Pada Konsumen Indomaret Di Wilayah Surabaya*. Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis. STIE IBMT Surabaya.
- 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).
- Donny, M, A. 2020. *Analisis Strategi Pemasaran dan Keputusan Pembeli di Indomaret Ki Gede Ing Suro*. Laporan Akhir. Universitas Tridinanti.
- Suparman Dadang. 2022.*Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minimarket Alfamart*. Sukabumi: Jurnal Ekopedia.
- Tarigan J Wico, Tarigan Vitryani, Purba Djuli. 2022. *Pengaruh Potongan Harga Dan Bonus Terhadap Pembelian Konsumen Alfamart Perumnas Batu 6 Pematangsiantar*. Jurnal Ilmiah Mnajemen. Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun.
- Farida Yulianti, Lamsah dan Priyadi. 2019. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: Deepublish.
- 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.
- Zakaria, Y. 2022. *Strategi Pemasaran Alfamart Mujur Mungki dalam Menarik Minat Beli Masyarkat Desa Mujur Praya Timur Lombok Tengah*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Mataram.