

**USAHA-USAHA UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
INDOMARET SUKOSARI PALEMBANG**

LAPORAN AKHIR

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



Diajukan Oleh:

ANJELINA

NRP 2101150014

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

2024

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN LAPORA AKHIR

Nama : ANJELINA
Nomor Pokok : 2101150014
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen Pemasaran
Jenjang Pendidikan : Diploma III (D III)
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran Jasa
Judul Laporan Akhir : Usaha-Usaha Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret Sukosari Palembang

Pembimbing Laporan Akhir:

Tanggal: 07-10-2024 Pembimbing I :

Baidowi Abdhie, SE, MP.
NIDN.0210116101

Tanggal: 07-10-2024 Pembimbing II :

Herman Efrizal, SE, MM.
NIDN. 022066602

Mengetahui:

Dekan
Tanggal: 07-10-2024



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

NIDN. 0205026401

056/PS/DFEB/24

Ketua Program Studi
Tanggal: 07-10-2024

Suharti, SE, MM

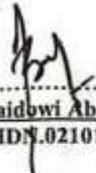
NIDN. 022008650

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR

Nama : Anjelina
Nomor Pokok : 2101150014
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen Pemasaran
Jenjang Pendidikan : Diploma III (D III)
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran Jasa
Judul Laporan Akhir : Usaha-usaha Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret Sukosari Palembang

Penguji laporan akhir:

Tanggal: 07-10-2024 Ketua Penguji: 
Baidowi Abdhie, SE, MP.
NIDN.0210116101

Tanggal: 07-10-2024 Penguji I : 
Herman Efrizal, SE, MM.
NIDN.022066602

Tanggal: 07-10-2024 penguji II : 
Veny Mavasari, SE, M.M
NIDN.0207125901

Mengesahkan:

Dekan
Tanggal: 07-10-2024

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

Ketua Program Studi
Tanggal: 07-10-2024


Suharti, SE, MM
NIDN. 0220086501

056/PS/DFEB/ 24

iii

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini :

Nama : Anjelina
Nomor Pokok : 2101150014
Jurusan/Program Studi : Manajemen Pemasaran
Jenjang Pendidikan : Diploma III (DIII)
Tempat Tanggal Lahir : Air itam, 04 Juli 2001

Menyatakan Bahwah Laporan Akhir yang Dibawah Ini :

Usaha-Usaha Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret Sukosari Palembang

Merupakan hasil karya saya sendiri dan apabila terbukti sebagai hasil karya orang lain, Saya menerima Segala sanksi yang telah ditentukan.

Demikian Surat Pernyataan Laporan Akhir ini dibuat sebagai mestinya dan benar adanya.

Palembang, 03 Oktober 2024


Anjelina

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Moto:

“ selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan, mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi, gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan”

(Boy Chandra)

Kupersembahkan kepada:

- *Papa dan Mamaku tercinta*
- *Saudara-saudaraku tersayang*
- *Para Pendidikku yang kuhormati*
- *Teman-teman seperjuangan*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas rahmat-Nya penulis bisa menyelesaikan laporan akhir ini yang berjudul **Usaha-Usaha Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret Sukosari Palembang**. Memiliki tujuan memenuhi salah satu persyaratan guna mencapai kelulusan pada program studi DIII Manajemen Pemasaran pada fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti Palembang.

Dalam penulisan laporan akhir ini, penulis menyadari sepenuhnya keterbatasan pemahaman, pengetahuan, serta wawasan yang penulis miliki. Selama penyusunan laporan akhir ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, bimbingan serta kerjasama yang baik dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak/ibu Rektor universitas Tridianti Palembang
2. Ibu Dr. Msy. Mikial,SE. Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti Palembang.
3. Bapak Baidowi Abdhie., SE.MP dan Bapak Herman Efrizal., SE.MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, mengarahkan, dan memberikan bimbingan selama penulisan laporan akhir.
4. Ibu Suharti, SE,MM selaku Ketua Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Universitas Teridinanti Palembang.
5. Bapak/ibu karyawan indomaret Sukosari Palembang yang telah banyak memberi masukan dan tugas yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam menjalankan penulisan laporan akhir
6. Kedua orang tua yang telah memberikan restu dan doa sehingga diberikan kelancaran serta kemudahan dalam melaksanakan penulisan laporan akhir ini.
7. Seluruh teman-teman Universitas Tridianti Palembang tahun angkatan 2021,

8. Pihak lain yang bersedia membantu hingga laporan ini dapat tersusun.

Dalam penulisan laporan ini, penulis menyadari bahwa laporan ini memiliki banyak kekurangan. Untuk itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan laporan ini. Semoga laporan ini bermanfaat khususnya bagi para pembaca.

Palembang. September 2024

Peneliti

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN LAPORA AKHIR	ii
HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAK	x
RIWAYAT HIDUP	xi
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.3.1 Tujuan penelitian	5
1.3.2 Manfaat Penelitian	5
1.4 Metode penelitian	6
1.4.1 Lokasi Penelitian	6
1.4.2 Sumber Data.....	7

1.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	7
1.4.4 Teknik Analisa Data	7
1.5 Sistematis penulisan	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Pengertian Pemasaran	9
2.2 Konsep Pemasaran.....	9
2.3 Fungsi Pemasaran	12
2.4 Konsep Pemasaran Ritel.....	12
2.5 Tujuan Pemasaran Ritel.....	13
2.6 Pengertian Pelayanan Secara Umum	13
2.7 Pengertian Pelayanan Menurut Para Ahli	14
2.8 Kualitas Pelayanan	15
2.9 Fungsi Kualitas Pelayanan	17
2.10 Tujuan Kualitas Pelayanan.....	17
2.11 Dimensi Kualitas Pelayanan.....	18
2.12 Kepuasan Pelanggan.....	19
2.13 Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan	20
2.14 Loyalitas Pelanggan	21
2.15 Karakteristik Loyalitas pelanggan	22
2.16 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	23
BAB III.....	27

GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	27
3.1 Sejarah Perkembangan indomaret.....	27
3.2 Visi Dan Misi Indomaret Prismatama	29
3.3 Budaya Perusahaan PT. Indomarco Prismatama	30
3.4 Logo Indomaret.....	30
3.5 Struktur Organisasi PT. Indomarco Prismatama	31
3.6 Struktur Organisasi Toko Indomaret Sukosari	34
BAB IV	38
PEMBAHASAN	38
4.1 Retail	38
4.2 Analisis SWOT Di PT. Indomarco Prismatama	40
4.3 Usaha Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Di Indomaret Sukosari	42
BAB V.....	46
KESIMPULAN DAN SARAN	46
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1 LOGO PT. INDOMARCO PRISMATAMA	30
3.2 STRUKTUR ORGANISASI PT. INDOMARCO PRISMATAMA	31
3.3 STRUKTUR ORGANISASI TOKO INDOMARET SUKOSARI PALEMBANG	34
4.1 APLIKASI BELANJA ONLINE DELIVERY KLIK INDOMARET	43

ABSTRAK

ANJELINA. Usaha-usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan indomaret sukosari Palembang. (Dibawah bimbingan bapak Baidowi Abdhie, SE, MP. Dan Bapak Herman Efrizal. SE. MM).

Pada dasarnya, penelitian ini membahas mengenai Usaha-Usaha Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Dan Loyalitas Pelanggan Indomaret Sukosari Palembang. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan yang ada di Indomaret Sukosari Palembang.

Analisis SWOT untuk diterapkan pada kualitas pelayanan di indomaret sukosari Palembang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT untuk mengetahui faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman), yang kemudian akan dimasukkan kedalam matriks SWOT. Dari hasil penelitian maka diperoleh nilai-nilai untuk kekuatan dan untuk peluang yang menunjukkan posisi kuadaran indomaret sukosari Palembang berada pada 1 kuadaran yang memakai strategi turn agresif yaitu situasi yang sangat menguntungkan buat indomaret sukosari Palembang, karena memiliki kekuatan besar sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

RIWAYAT HIDUP

ANJELINA, dilahirkan di desa Air itam pada tanggal 04 juli 2001 dari ayah Sukamjaya (alm) dan ibu Lismawati ia anak ke lima sari lima bersaudara.

Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2012 di SD Negeri 3 Penukal, Sekolah menengah pertama diselesaikan tahun 2015 di SMP Negeri 1 Penukal dan selajutnya Menyelesaikan Sekolah menengah Atas pada tahun 2018 di SMA Negeri 1 Penukal ia memasuki Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Pemasaran Universitas Tridinanti.

Palembang, September 2024

Anjelina

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan pasar di era globalisasi tidak dapat dihindari, sebagai pencapaian terbaik para lulusan diharapkan mampu bersaing dan memiliki kemampuan intelektual yang cukup memadai untuk mengimbangi pesatnya perkembangan industri. Hal itu tentu memerlukan berbagai pengalaman dalam meningkatkan kemampuan serta pengetahuan mahasiswa terhadap sektor industri. Mengingat semakin canggihnya teknologi para lulusan pun diharapkan dapat mengikutinya sehingga dapat memperluas wawasan dan pengetahuan untuk meningkatkan kualitas diri seseorang. Akbar, K (2020)

Laporan akhir ini merupakan salahsatu untuk memperoleh gelar ahli madya Prodi D3 manajemen pemasaran di Universitas Tridinanti Palembang yang dilaksanakan di semester VI, pada bangku perkuliahan terdapat beberapa matakuliah seperti manajemen pemasaran, manajemen pemasaran jasa dan lain-lainnya yang membutuhkan kesinambungan antara pembelajaran yang telah didapat baik secara teori maupun praktek dengan implementasinya dilapangan.

Menurut Kotler dan Keller (2019:27) pengertian pemasaran adalah *“marketing is meeting needs profitability”* dapat diartikan pemasaran berarti melakukan suatu

kegiatan guna terpenuhinya kebutuhan konsumen dengan cara semua pihak mendapatkan manfaat/keuntungan. Menurut Kotler & Armstrong (2016) pemasaran dikarakan sebagai proses kemasyarakatan, yang mana seorang ataupun kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkannya dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.

Perkembangan bisnis ritel moderen di indonesia ini semakin pesat dan persaingannya semakin sengit. Untuk menghadapi persaingan maka para pebisnis ritel hendaknya menggunakan kekuatan yang dimiliki secara maksimal agar mengubah kelemahan menjadi kekuatan. Meningkatnya kebutuhan pasar menjadikan para pebisnisritel harus mampu memberikan pemenuhan kebutuhan pelanggan yang kian beragam, bukan hanya kebutuhan akan produk tetapi juga kebutuhan pelayanan dan promosi yang membuat pelanggan merasa puas.

Dengan membangun loyalitas pelanggan, perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif dalam hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggannya. Dalam hal ini loyalitas pelanggan memegang peran penting dan dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan keunggulan bersaing yang berkelanjutan melalui upaya pemasaran. Bisnis ritel merupakan salah satu bidang usaha yang akan terpengaruh oleh perkembangan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Bisnis ritel merupakan bagian dari saluran distribusi, yaitu sebagai penghubung antara kepentingan konsumen dan produsen (Kotler, 2019). Hal ini diungkapkan PT Indomarco Prismaatama mencapai tujuan ini dengan mendirikan indomaret, yang bertujuan untuk “menjadikan jaringan ritel yang maju”. Seiring

berjalannya waktu pengelola indomaret kini telah menguasai ilmu dan pengoprasian jaringan retail besar.

Dalam mewujudkan loyalitas terhadap pelanggan berdasarkan empat tahapan loyalitas, yaitu: kongnitif, loyalitas emosional, loyalitas berkelanjutan, dan loyalitas perilaku. Jika perusahaan telah memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan maka dapat mencapai loyalitas pelanggan, karena jika pelanggan mendapatkan pelayanan yang baik, maka akan cenderung loyal atau puas (Liang dan Zhang, 2011). Menurut pandangan (Kotler Lupiyoadi dan Hamdani,2006), kepuasan adalah suatu tingkat persepsi dimana seseorang dapat menyatakan hasil perbandingan antara kerja produk/jasa yang diterima dan diharapkan. Kepuasan pelanggan juga menjadi kunci kesuksesan perusahaan, jika perusahaan dapat mempertahankan pelanggan setia maka keuntungan perusahaan akan meningkat.

Menurut Kotler dan Amstrong dalam industri, (2019:61) definisi kualitas pelayanan adalah keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menjunjuang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan sebara langsung maupun tidak langsung. Produk jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut.

Saat ini banyak bermunculan swalayan, Minimarket atau toko-toko sejenisnya di Palembang yang tidak hanya satu atau dua, tetapi ada beberapa minimarket salah satunya Alfamart, yang posisi tokonya berjajar dengan jarak yang tidak begitu jauh. Hal ini sangat menguntungkan konsumen, karena konsumen tidak susah untuk mencari kebutuhan yang diinginkan. Jadi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, kedua minimarket ini memberikan pelayanan dengan kualitas yang pastinya dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan dalam memenuhi kebutuhan pokoknya. Namun dalam kenyataannya, meskipun minimarket Alfamart dan Indomaret mempunyai strategi dan karakteristik yang hampir sama satu dengan yang lainnya, masih saja bisa memperoleh penjualan yang berbeda. Market share yang berbeda jauh, dalam hal ini manajemen indomaret akan melakukan **“USAHA-USAHA UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN INDOMARET SUKOSARI PALEMBANG”**

Jadi dapat di katakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, ketika kualitas pelayanan kurang baik maka akan berdampak pada ketidakpuasan pelanggan dan membuat pelanggan menjatuhkan pilihannya untuk membeli kepada pesaing hal ini berarti minat membeli konsumen akan berkurang atau menurun. Sebaliknya jika kualitas pelayanan baik maka konsumen akan merasa senang dan akan kembali untuk membeli dan tidak menjatuhkan pilihannya kepada pesaing.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Usaha-Usaha Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomaret Sukosari Palembang”

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Indomaret Sukosari Palembang.
2. Untuk mengetahui usaha-usaha dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Indomaret Sukosari Palembang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

- **Bagi Mahasiswa**

1. Menjadi wahana pengenalan atau orientasi terhadap lingkungan dunia kerja yang nyata.
2. Dapat mempersiapkan langkah-langkah yang perlu untuk menyesuaikan diri dalam dunia kerja dimasa yang akan datang.
3. Untuk menciptakan pola pikir yang lebih maju dalam menghadapi permasalahan yang ada dalam pekerjaan terutama dalam bidang pemasaran.

- **Bagi perusahaan**

Dapat digunakan sebagai sumber informasi bagi manajemen perusahaan yang terkait dengan manajemen pemasaran. Khususnya mengenai masalah peningkatan pelayanan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan di Indomaret Sukosari Palembang.

- **Bagi Akademik (Universitas)**

Bagi pihak Akademik atau Universitas penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat sebagai sumber informasi untuk menambah pengetahuan dan wawasan sesuai topik penulisan, dan juga sebagai referensi perpustakaan terutama bagi para peneliti dan mahasiswa tentang pengetahuan dibidang manajemen pemasara khususnya mengenai pelayanan dan kepuasan pelanggan.

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, dan teknik analisis data.

1.4.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Indomaret Sukosari Palembang yang berlokasi di jalan sukasari No167, Talang kelapa, Kec. Alang-Alang Lebar, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30153

1.4.2 Sumber Data

a. Data Primer

Data primer ini merupakan data yang dikumpulkan dari lapangan dengan melakukan interview dan wawancara kepada HRD atau karyawan pada bagian pemasaran yang mampu memberikan informasi yang dibutuhkan penulis.

b. Data Sekunder

Data ini merupakan data yang diperoleh dari studi perpustakaan atau buku, internet, dan database perusahaan yang mengenai informasi yang terkait 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:

a. Reduksi data.

Editing, menyusun catetan, dan menyusun rancangan konsep.

b. Penyajian data.

c. Penarikan kesimpulan.

Mengimplementasikan prinsip edukatif dengan mempertimbangkan pola-pola yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, K. (2020). *PENGARUH PROGRAM PROMOSI TERHADAP MINAT PEMBELIAN KONSUMEN DI INDOMARET (Studi Kasus: Indomaret)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Ardila, Y. (2015). Kajian Teoritis 1. Loyalitas Pelanggan. Diambil kembali dari <https://repositori.uma.ac.id>
- Apriliana, A., & Sukaris, S. (2022). Analisa Kualitas Layanan Pada Cv. Singoyudho Nusantara. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 11(2), 498-504.
- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226-233.
- Estamarinda, E., Akila, A., & Sinarti, T. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hompizz Pizza Palembang. *Jurnal Manajemen dan Investasi (MANIVESTASI)*, 3(1), 69-82.
- Herliani, L. (2020). *PERANAN KUALITAS PELAYANAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA INDOMARET CABANG SUTOYO S BANJARMASIN* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- IKAH WIYANI, P. E. N. U. L. I. S., & Siti Laela, M. M. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO INDOMARET WANASHERANG.
- Kushendar, M. (2022). A. Manajemen Pemasaran 1. Pengertian Pemasaran Menurut Kotler dan Keller (2016:27). Diambil kembali dari <http://repository.unas.ac.id>
- Maulidiah, E. P., Survival, S., & Budiantono, B. (2023). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kualitas Pelayanan Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Economina*, 2(3), 727-737.
- Nurkariani, N. L. (2022). Pentingnya Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *Artha Satya Dharma*, 15(1), 27-32.

Retor, A. C., Porajouw, O., & Waney, N. F. L. (2023). Kualitas Pelayanan Karyawan Indomaret Ranotana Weru Kecamatan Wanea Kota Manado. *AGRI-SOSIOEKONOMI*, 19(3), 1585-1592.

Riyanto, K. (2013). Strategi Pemasaran Ritel Di Indonesia. *Jurnal Inkubator Bisnis & Manajemen*, 2(1), 68-79.