

## Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Di Alfamart Malalayang Satu Timur

Michiko Nishino

Universitas Teknologi Sulawesi Utara

Alamat: Jl. Piere Tendea Kompleks Megasmart 6 No.12,  
Kota Manado, Sulawesi Utara; Telepon: 0821-9408-0221

E-mail: [michiko.nishino@gmail.com](mailto:michiko.nishino@gmail.com)

**Abstract :** *This study aims to analyze and interpret marketing strategies in increasing consumer satisfaction and the factors that influence marketing strategies in increasing consumer satisfaction at Alfamart Malalayang Satu Timur. This research is a qualitative research that aims to create, master, explain, and get a reflection of the phenomena studied. Therefore, this study uses a qualitative approach. The analysis technique carried out using the data analysis technique proposed by Miles and Herberman includes 3 concurrent activities, namely: data reduction, data presentation, and drawing conclusions or data verification. From the research results, there are several factors that become obstacles or shortcomings at Alfamart Malalayang Satu Timur in increasing customer satisfaction. Therefore, Alfamart management is required to improve marketing strategies in increasing customer satisfaction, complete product variety, prices offered, attractive offers and a good corporate image so as to provide satisfaction to consumers.*

**Keywords:** *Marketing Strategy, Consumer Satisfaction*

**Abstrak :** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menginterpretasikan strategi pemasaran dalam meningkatkan kepuasan konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran dalam meningkatkan kepuasan konsumen di Alfamart Malalayang Satu Timur. Penelitian yang dilakukan ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menciptakan, menguasai, menjelaskan, serta mendapatkan cerminan fenomena-fenomena yang di kaji. Oleh sebab itu, penelitian ini memakai pendekatan kualitatif. Teknik analisis yang dilakukan dengan memakai teknik analisis data yang di kemukakan oleh Miles serta Herberman mencakup 3 aktivitas bersamaan yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi data. Dari hasil penelitian ada beberapa faktor yang menjadi kendala atau kekurangan di Alfamart Malalayang Satu Timur dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Oleh karena itu manajemen Alfamart di tuntut untuk meningkatkan strategi pemasaran dalam meningkatkan kepuasan konsumen, kelengkapan ragam produk, harga yang di tawarkan, penawaran-penawaran yang menarik serta citra perusahaan yang baik sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

**Kata Kunci :** *Strategi Pemasaran, Kepuasan Konsumen*

### LATAR BELAKANG

Dengan berkembangnya toko retail saat ini yang begitu pesat membuat toko selalu bersaing dalam meningkatkan strategi pemasaran dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Dalam menjalankan bisnis, adanya persaingan pasar bukanlah hal yang baru. Baik usaha yang memiliki peluang pasar yang besar, atau pun peluang usaha pasarnya tidak terlalu besar. Besar tidaknya peluang usaha disini tentunya diukur dengan tingginya permintaan pasar. Peran strategi pemasaran dalam suatu perusahaan sangatlah penting terutama Alfamart yang sangat penting dalam mempertahankan pelanggan. Salah satu perusahaan yang perlu meningkatkan strategi pemasaran yang berkualitas adalah Alfamart, dengan banyaknya

---

Received: Oktober 30, 2022; Revised: November 22, 2022; Accepted: Desember 30, 2022

\* Michiko Nishino, [michiko.nishino@gmail.com](mailto:michiko.nishino@gmail.com)

saingan maka persaingan akan semakin terasa dengan banyaknya perubahan yang terjadi. Begitu juga dengan perlengkapan produknya yaitu permintaan konsumen dengan kelengkapan bahan baku yang tersedia termasuk didalamnya yaitu harga. Sebagai konsumen bukan sekedar pelanggan tetapi juga mengharapkan hal baru yang memuaskan agar tetap berada atau kembali berbelanja.

Strategi meningkatkan kepuasan pelanggan merupakan cara untuk meningkatkan volume pelanggan dan mengkait pelanggan yang baru selain itu kepuasan pelanggan sering juga dijadikan sebagai salah satu tujuan dari strategi pemasaran bisnis. Adanya kepuasan pelanggan ternyata juga dapat mempegaruhi omset penjualan karena permintaan produk meningkat dan akhirnya omset penjualan naik.

Strategi pemasaran yang baik juga harus didukung dengan fasilitas yang baik pula, maka dari itu strategi pemasaran yang diberikan mulai dari pramuniaga, kasir, satpam, sampai cleaning service pun berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Fasilitas yang di rasakan bisa berupa fasilitas fisik dan peralatan yang dipergunakan. Adapun presentasi fisik dari jasa, antara lain meliputi kenyamanan ruangan, ketersediaan fasilitas penunjang seperti ATM, kartu debit, kredit, dan lain-lain.

Alfamart Malalayang Satu Timur ini adalah sebagai salah satu minimarket yang ada di Malalayang yang merupakan salah satu alternatif bagi masyarakat untuk berbelanja. Dapat dilihat dari banyaknya konsumen datang berbelanja. Dengan banyaknya konsumen yang datang berbelanja, mendorong pihak manajemen Alfamart untuk lebih memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Oleh karena itu manajemen Alfamart di tuntutan untuk meningkatkan strategi pemasaran dalam meningkatkan kepuasan konsumen, kelengkapan ragam produk, harga yang di tawarkan, penawaran-penawaran yang menarik serta citra perusahaan yang baik sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

## **KAJIAN TEORITIS**

Bagi Chandra (2002: 93), strategi pemasaran merupakan rencana yang menggambarkan ekspektasi Industri dengan akibat bermacam aktivitas pemasaran ataupun program pada permintaan buat produk ataupun lini produk dari pasar sasaran tertentu. Program pemasaran tercantum aksi pemasaran yang bisa mempengaruhi permintaan produk, tercantum dalam perihal pergantian harga, memodifikasi kampanye iklan, buat merancang promosi spesial, untuk membuat opsi saluran distribusi, dll. Bagi Pearce serta Robinson di

Ramadhan serta Sofiyah (2013), Strategi Pemasaran merupakan metode untuk menggapai hasil yang diharapkan bersumber pada keadaan serta struktur yang berlaku memakai sumber energi terbaik serta keunggulan industri buat menggapai tujuannya. Bagi Kotler (2012: 138), kepuasan merupakan perasaan bahagia ataupun kecewa oleh seorang yang timbul sebab menyamakan kinerja yang dialami oleh produk (ataupun hasilnya) atas harapan mereka. Walaupun ketidakpuasan terjalin bila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen. Bagi Tjiptono (2010: 150), menetapkan kalau Kepuasan konsumen ataupun ketidakpuasan merupakan respons konsumen terhadap evolusi divergensi/kegagalan yang dialami antara ekspektasi tadinya (ataupun standar kinerja yang lain) serta produk kinerja nyata merasa sehabis digunakan."

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang di pakai peneliti yakni metode penelitian kualitatif. Penelitian bertujuan buat menciptakan, menguasai, menjelaskan, serta mendapatkan cerminan fenomena– fenomena yang di kaji. Oleh sebab itu, penelitian ini memakai pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif yang sering digunakan dalam penelitian ini diucap pula pendekatan naturalistik.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Data Hasil Wawancara. Berdasarkan hasil penelitian ada beberapa faktor agar dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dalam memenuhi strategi pemasaran untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Dari hal tersebut dapat dilihat dari hasil wawancara yang telah dilakukan pada tanggal 28 April 2022 dengan saudari Vetly Olivia Makarewa selaku Assisten Chif Of Store di Alfamart Malalayang Satu Timur.

Menurut saudari Vetly bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh Alfamart Malalayang Satu Timur agar menjadi unggul dari para pesaing dan menjadi pilihan pelanggan yaitu.

*“menurut saya ada tiga indikator yang berperan penting agar teep unggul dari pesaing lain*

- *Pelayanan yang ramah , memberi salam setiap pelanggan yang datang di toko*
- *Produk-produk memastikan produk yang bagus tidak expaer*
- *Tempat yang nyaman kebersihan toko , dan kerapian dalam toko”*

Apakah Alfamart Malalayang Satu Timur memiliki strategi khusus dalam meningkatkan kepuasan konsumen?

*“strategi yang digunakan yaitu melakukan promo sesuai kebutuhan atau sesuai momen yang ada seperti pada saat natal, paskah, valentine day, dan juga idulfetri seperti saat ini”*

Berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 28 April 2022 dengan saudari Vetly Olivia Makarewa selaku Assisten Chif Of Store di Alfamart Malalayang Satu Timur, Bagaimana strategi penetapan harga yang diterapkan oleh Alfamart Malalayang Satu Timur?

*“untuk penetapan harga Alfamart Malalayang Satu Timur pada umumnya mengikuti harga pasar setempat lalu diiringi dngan promo-promo yang ada, Alfamart Malalayang Satu Timur itu sendiri melakukan perubahan harga atau pergantian harga 2 kali dalam satu bulan dan pergantian promo setiap minggunya ada juga promo khusus jumat, sabtu, minggu”*

Harga salah satu faktor penting dalam kegiatan marketing. Penentuan harga menjadi sangat penting untuk di perhatikan, agar mampu bersaing dengan kompetitor, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya barang yang kita tawarkan. Salah dalam mengatur harga akan berakibat fatal terhadap barang yang di tawarkan.

Berdasarkan hasil wawancara pada tanggal tanggal 28 April 2022 dengan saudari Meysi Siar selaku Chasier dan Crew di Alfamart Malalayang Satu Timur mengatakan bahwa: *“untuk penetapan harga Alfamart Malalayang Satu Timur melakukan perubahan harga atau pergantian harga 2 kali dalam satu bulan dan disini juga akan terjadi pergantian promo karena biasanya promo di Alfamart hanya dalam jangka waktu satu minggu lalu pergantian promo lainnya ada juga promo khusus jumat, sabtu, minggu”*

Selain strategi penurunan harga yang pas untuk pelanggan/konsumen, bagaimanapun konsumen pasti memikirkan hal yang sama dengan pengusaha yaitu yang ingin mendapatkan fasilitas dan pelayanan yang baik dan memuaskan dengan mendapatkan harga yang seminimal mungkin.

Promosi adalah semua kegiatan yang di atur sedemikian rupa untuk memacu tingkat permintaan terhadap produk yang dipasarkan dengan komunikasi antara produsen dan konsumen. Komunikasi pemasaran perlu dilakukan guna memperkenalkan dan memasarkan produk yang akan dipasarkan. Dalam artian yang sempit, promosi bisa diartikan sebagai iklan atau pariwisata.

Berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 28 April 2022 dengan saudari Vetly Olivia Makarewa selaku Assisten Chif Of Store di Alfamart Malalayang Satu Timur. Apakah Alfamart Malalayang Satu Timur melakukan promosi? Dalam bentuk seperti apa?

*“Ada dua jenis promo yang di gunakan Alfamart*

- *Promosi langsung*  
*Langsung dari kasir melalui barang-barang tertentu yang secara langsung sudah tertera pada setiap pajangan yang ada dan juga melalui katalog yang telah di bagikan*
- *Promosi tidak langsung*  
*Memalui aplikasi Alfa Gift”*  
*Aplikasi Alfa Gif sangat membantu konsumen untuk dapat mengecek dan melihat penawaran dari Alfamart*

Untuk mencapai omset/target penjualan, maka perusahaan lebih fokus memperhatikan dalam berkomunikasi dengan pelanggan melalui strategi promosi atau produk yang ditawarkan. Karena promosi juga merupakan salah satu faktor penentu tercapainya suatu program pemasaran. Seberapa bagus kualitas produk yang ditawarkan tetapi pada intinya konsumen tidak mendengar atau yakin akan penawaran kita itu maka mereka tidak akan membelinya. Tujuan utamanya adalah mengenalkan kegiatan usahanya kepada masyarakat. Semakin banyak usaha untuk melakukan promosi, semakin besar pula keuntungan yang kita dapatkan dari promosi tersebut. Karena pada dasarnya, promosi menunjukkan segala kelebihan yang dimiliki perusahaan. Salah satu Strategi pemasaran dari Alfamart termasuk dalamnya yaitu strategi promosi

Apakah Alfamart Malalayang Satu Timur menggunakan sosial media untuk menjual produk? Dan apa saja media sosial yang gunakan untuk menjual produk?

*“Alfamart Malalayang Satu Timur hingga saat ini belum memanfaatkan sosial media sebagaimana mestinya. Dan Alfamart saat ini hanya menggunakan aplikasi milik alfamart yaitu Alfa Gift. Alfamart juga melayani transaksi cod melalui nomor whatsapp”*

Untuk tempat pada Alfamart Malalayang Satu Timur sebagai pemilihan tempat usaha dan pemilihan tempat yang strategis dan ramai. Tempat juga merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara menawarkan produk kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Sehingga tempat juga penting sebagai lingkungan dimana dan bagaimana kita mengelolah lingkungan sekitar, sebagaimana dari nilai dan dampaknya. Sehingga pada dasarnya tempat itu harus

strategis sehingga bisa terjangkau oleh masyarakat, setempat. Selanjutnya untuk strategi tempat sangat di rekomendasikan karena tepat di depan jalan yang begitu, strategis bisa di jangkau dan lokasi pemasaran yang belum berada dipusat lalu lintas dari berbagai penjuru. Namun selain itu untuk tempat Alfamart juga banyak tujuannya dan sudah dengan pelanggan atau konsumen, dan untuk transportasi sudah ada di daerah sendiri-sendiri. Bukti nyata pada Alfamart Malalayang Satu Timur adalah dari pelayanan karyawan yang menjadikan konsumen itu nyaman puas dengan pelayanan, seperti rasa yang dirasakan konsumen, sesuatu hal yang bersifat in-tangible yang tidak bias diukur secara pasti. Selanjutnya pada Alfamart Malalayang Satu Timur tempat merupakan bukti fisiknya dari fasilitas fisik tempat dan pelayanan, Dan Alfamart Malalayang Satu Timur memberikan katalog kepada setiap konsumen saat datang berbelanja, selagi katalog tersebut tersedia. Selain itu suatu hal yang secara tidak langsung turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan percaya dengan produk yang ditawarkan. Namun adapun strategi bukti fisik pada Alfamart Malalayang Satu Timur baik dalam bentuk promo setiap produk tertentu atau melalui katalog yang di bagikan dan juga melalui Alfa Gift. Sehingga harus lebih di pahami lagi agar karyawan bisa lebih mengerti dalam menjalankan strategi bukti fisik agar mempengaruhi konsumen datang kembali. Untuk dampak dari penerapan strategi pemasaran pada Alfamart Malalayang Satu Timur sudah menunjukkan dampak yang lebih baik dan adanya peningkatan konsumen sehingga dapat meningkatkan konsumen atau pelanggan tetap pada Alfamart Malalayang Satu Timur. Karena pada Alfamart Malalayang Satu Timur merupakan perusahaan retail. Dimana perusahaan tersebut menawarkan produk bahan pokok atau kebutuhan sehari-hari. Dan saat ini Alfamart Malalayang Satu Timur mengalami kenaikan pengunjung atau konsumen jumlah kenaikan atau volume kenaikan pelanggan, yang kemarin itu hanya sekitar 60% tapi sekarang bertambah menjadi 80%, kebetulan Alfamart Malalayang Satu Timur sudah beroperasi 24 jam karena sebelumnya ada wabah covid-19 maka Alfamart hanya beroperasi hingga pukul 10:00 malam. Jadi Alfamart Malalayang Satu Timur lebih menjaga kenyamanan pelanggan, hal ini sesuai dengan standar operasional, yaitu apabila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang (produk) atau pelayanan kita di ajarkan, hendaknya menjual produk atau barang yang berkualitas. Tidak memberikan produk atau barang yang berkualitas buruk pada pembeli. Bauran pemasaran merupakan sekumpulan alat pemasaran (strategi pemasaran) tersebut digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran. Berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 03 mei 2022

dengan bapak Michael kontul selaku Pelanggan di Alfamart Malalayang Satu Timur mengatakan bahwa: “Setelah anda menjadi konsumennya, apakah Alfamart tersebut memberi keuntungan kepada anda? Apakah setelah mengetahui keuntungan dari Alfamart apakah anda akan setia menjadi pelanggan pada Alfamart Malalayang Satu Timur tersebut? Ya, saya mendapatkan keuntungan yaitu ya kami terpuaskan karena sudah sesuai dengan yang kami harapkan, iya saya menjadi pelanggan setia karena kebetulan saya juga lewat sini setiap hari, pelanggan tetap, jadi sering mampir liat-liat promonya. ”Berdasarkan hasil wawancara pada tanggal 04 mei 2022 dengan Bapak Kristiandy Lobo’ selaku Pelanggan di Alfamart Malalayang Satu Timur mengatakan bahwa: “Setelah anda menjadi konsumennya, apakah hal tersebut memberi keuntungan kepada anda? Apakah setelah mengetahui keuntungan dari jasa tersebut anda akan setia menjadi pelanggan pada Alfamart Malalayang Satu Timur? Saya itu berminat karena dari awal itu pelayanannya kepada saya sudah baik, lalu saat saya menanyakan sesuatu atau membutuhkan bantuan selalu di respon dari karyawan dengan baik, akan tetapi di sisi lain terkadang ada yang memanfaatkan lahan parkir untuk meminta uang parkir yang pada dasarnya di gratiskan dari Alfamart membuat pelanggan merasakan kenyamanan dan kepuasan pelayanan dan fasilitas yang diberikan kurang, seperti itu. Jadi ya saya dan keluarga menjadi pelanggan atau konsumen tetapnya juga disini di Alfamart Malalayang Satu Timur. Setelah mengetahui strategi yang tepat untuk perusahaan maka langkah selanjutnya melakukan strategi yang tepat untuk mendapatkan peningkatan penjualan perusahaan yaitu sebagai berikut :

1. Tingkatkan kelengkapan produk yang ditawarkan kepada konsumen di tengah persaingan pasar yang demikian ketat, perusahaan perlu selalu menjaga kualitas dan kelengkapan produk. Agar supaya konsumen selalu merasa puas dan senang jika produk yang mereka beli sesuai dengan keinginan.
2. Memanfaatkan teknologi dalam memasarkan produk dengan menggunakan marketing online, seakan-akan antara pembeli ataupun penjual tidak dibatasi oleh jarak, waktu dan tempat. Transaksi bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja dengan mudah cukup menggunakan handphone.
3. Memberikan pelayanan cepat dan baik kepada konsumen kualitas pelayanan menjadi nomor satu setiap pengunjung dan melayani layaknya seorang raja segala keluhan diselesaikan dengan sebaik-baiknya.

4. Melakukan promosi yang efektif, promosi yang diberikan dengan efektif akan mampu membawahkan pelanggan tertarik dengan produk yang anda tawarkan.

Setelah melakukan penelitian dapat mengetahui strategi yang tepat untuk Alfamart maka dari itu perlu menerapkan strategi tersebut dalam meningkatkan kepuasan konsumen di Alfamart Malalayang Satu Timur yaitu sebagai berikut :

- a. Tingkatkan variasi dan mutu produk yang ditawarkan Alfamart Di tengah persaingan pasar yang begitu ketat, perusahaan akan selalu memperhatikan kualitas barang atau produk, agar supaya konsumen selalu merasa senang dan puas dengan produk yang mereka beli.
- b. Memanfaatkan teknologi yang ada dalam memasarkan produk dengan melakukan pemasaran online, seakan menghindari antara pembeli dan penjual tidak dibatasi oleh waktu dan tempat. Transaksi bisa dilakukan di mana saja dengan mudah dan cukup menggunakan handphone.
- c. Berikan pelayanan cepat dan sebaik mungkin kepada konsumen kualitas pelayanan yang di gunakan dalam hal ini, maka dari itu setiap pengunjung di posisikan seorang raja segala keluhan diselesaikan dengan sebaik-baiknya.
- d. Melakukan promosi yang efektif dan sesuai dengan tema-tema yang ada sesuai dengan kondisi yang ada. Promosi yang dilakukan dengan efektif akan menjadi daya tarik tersendiri dan mampu membawahkan pelanggan tertarik dengan produk yang kita tawarkan.

## **KESIMPULAN**

Disini dapat menarik kesimpulan sebagai berikut : Proses penerapan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen di Alfamart Malalayang Satu Timur: Telah diterapkan melalui rencana yang telah di atur, tetapi belum dilakukan berdasarkan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang ada, sehingga perlu di atur dan di tata sesuai dengan SOP, Penerapan strategi pemasaran perlu dilakukan melalui program yang terarah dan sistimatis, sehingga mampu mengintegrasikan kebutuhan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Pengembangan sumber daya manusia yang dilakukan belum seluruhnya berorientasi pada strategi pemasaran dalam meningkatkan kepuasan konsumen, Strategi yang di terapkan masih bersifat sementara; hanya dilakukan ketika ada kebutuhan. Pengembangan sumber daya manusia belum melibatkan seluruh karyawan. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Alfamart Malalayang Satu Timur yaitu dengan melakukan segmenting,



targeting dan positioning yang baik, dengan melakukan bauran pemasaran yang berkaitan dengan produk, harga, tempat, promosi, dan bukti fisik. Produk yang dijual Alfamart Malalayang Satu Timur selalu mengutamakan kualitas produk, Harga yang diterapkan Alfamart Malalayang Satu Timur mengikuti atau menyesuaikan dengan mutu barang serta sesuai dengan standart pasar umumnya agar supaya mampu bersaing dengan kompetitor yang ada di sekitarnya. Saluran distribusi Alfamart Malalayang Satu Timur mudah dijangkau semua masyarakat. Promosi secara langsung di pajangna dan juga melalui Alfa Gift dan juga melalui katalog yang di bagikan.. Bukti Fisik, Alfamart Malalayang Satu Timur menyediakan stock produk yang lengkap, sarana dan prasarana yang lengkap serta menarik sesuai dengan semangat milenial. Kendala yang dihadapi dalam melakukan pemasaran produk Alfamart Malalayang Satu Timur, diantaranya keterlambatan datangnya barang yang telah dipesan, dan promosi yang masih minim yaitu hanya mengandalkan katalog yang dibagikan dan melalui AlfaGift yang juga memiliki berbagai keterbatasan.

## DAFTAR REFERENSI

- Amalia Aisyah, 2016. “perencanaan strategi pemasaran dengan pendekatan bauran pemasaran dan swot pada perusahaan popsy tubby” dalam *jurnal manajemen dan star-up bisnis* Vol. 1 (halaman 298-299).
- Anisah, 2020. “*Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Busana Muslim Di Pasar Aceh*, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
- Atikasari Linda, 2014. *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Nasabah Melalui Kualitas Produk tabungan BSM Di Bank Syariah Mandiri Kc Ajibarang.*
- Chandra, R. (2019). ANALISIS STRATEGI PERSAINGAN PASAR DENGAN MODEL SWOT PADA RUMAH MAKAN AYAM PENYET PAK ULIS DI LANGSA. *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI)*, 3(2), 162-173.
- Dimas Hendika Wibowo, Zainul Arifin, & Sunarti Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 29(1), 59–66.  
<https://doi.org/https://media.neliti.com/media/publications/86529-ID-analisis-strategi-pemasaran-untuk-mening.pdf>
- Enue Esuje, 2021. *Implementasi Kebijakan Pemerintah Papua Dalam Pelestarian Tradisi Bakar Batu Masyarakat Papua Suku Dani Di Kecamatan Malalayang Kota Manado*, Universitas Teknologi Sulawesi Utara
- Hartono Ipan Suroto. (2016, June 20). *4 Strategi Produk Dan Cara Menciptakan Peluang Produk - Gomarketingstrategic.com*. Gomarketingstrategic.com.

<https://www.gomarketingstrategic.com/4-strategi-produk-dan-cara-menciptakan-peluang-produk/>

Ichwanda, F. I., Arifin, Z., & Yulianto, E. (2015). *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Ekspor* (Studi Pada Pt Petrokimia Gresik. *Administrasi Bisnis (JAB)*, 24(1), 1–9.

Karmila Rini, 2016. *Strategi Pemasaran Kerupuk Ubi di Nagari Sungai Tarab*.

Kasimen Stie, 2020. “pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada hotel bukit serelo lahat” dalam *jurnal media wahana ekonomika* Vol. 17 (halaman 330)

Maulana S Ade, 2016. “pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan PT.TOI” dalam *jurnal ekonomi* Vol. 2 (halaman 115-116)

Okta agus, 2020. *Strategi Distribusi Produk Baru | DISTRIBUSI PEMASARAN*. (2020, September 11). DISTRIBUSI PEMASARAN Dotcom.  
<https://distribusipemasaran.com/strategi-distribusi-launching-produk-baru/>

Sulfiana, 2020. “*Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Rumah Makan Mbak Daeng Alauddin Makassar*, Universitas Muhammadiyah Makassar Makassar.

Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran Yogyakarta: ANDI. Product's Attributes*

Wibowo handika dimas, 2015. “analisa strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM” dalam *jurnal adminitrasi bisnis* Vol. 29 (halaman 60-61).