

SKRIPSI

**STORE ATMOSPHERE DAN QUALITY OF
PERSONAL UNTUK MEMPREDIKSI
REPATRONAGE INTENTIONS DI INDOMARET:
PERAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DIAJUKAN OLEH:

NAMA : YOSUA TANTRI SAMAN

NIM : 115180358

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2021

SKRIPSI

**STORE ATMOSPHERE DAN QUALITY OF
PERSONAL UNTUK MEMPREDIKSI
REPATRONAGE INTENTIONS DI INDOMARET:
PERAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DIAJUKAN OLEH:

NAMA : YOSUA TANTRI SAMAN

NIM : 115180358

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2021

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Yosua Tantri Saman
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115180358
Program Studi : SI Manajemen
Alamat : Jl. Daan Mogot 2 No.88DK
Telp. - _____
HP. 08170880131

Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 31 Desember 2021



Yosua Tantri Saman

Nama Lengkap Mahasiswa

Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

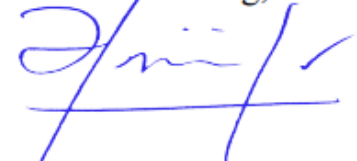
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : YOSUA TANTRI SAMAN
NIM : 115180358
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : *STORE ATMOSPHERE DAN QUALITY OF PERSONAL* UNTUK MEMPREDIKSI *REPATRONAGE INTENTIONS* DI INDOMARET: PERAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Jakarta, 31 Desember 2021

Pembimbing,



(Dr. Keni, S.E., M.M.)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : YOSUA TANTRI SAMAN
NIM : 115180358
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : *STORE ATMOSPHERE* DAN *QUALITY OF PERSONAL* UNTUK MEMPREDIKSI *REPATRONAGE INTENTIONS* DI INDOMARET: PERAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 25 Januari 2022 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : - Andi Wijaya
2. Anggota Penguji : - Tony Nawawi
- Dr. Keni, S.E., M.M.

Jakarta, 25 Januari 2022

Pembimbing,



(Dr. Keni, S.E., M.M.)

ABSTRACT

TARUMANAGARA UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA

(A) YOSUA TANTRI SAMAN (115180358)

(B) *STORE ATMOSPHERE AND QUALITY OF PERSONAL TO PREDICT REPATRONAGE INTENTIONS AT INDOMARET: THE ROLE OF CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATION VARIABLE*

(C) xv + 84 pages, 2021, 28 tables, 3 pictures, 5 appendix

(D) *MARKETING MANAGEMENT*

(E) *Abstract: This study aims to empirically test store atmosphere, quality of personal, and customer satisfaction as predictors of repatronage intentions at Indomaret. The total sample in this study was 170 Indomaret customers. This study uses a descriptive research design and sampling using convenience sampling technique. Data analysis used partial least square-structural equation modeling (PLS-SEM) with the help of SmartPLS software version 3. The results showed that store atmosphere, quality of personal, and customer satisfaction could positively predict repatronage intentions in Indomaret. Furthermore, store atmosphere and quality of personal can positively predict customer satisfaction at Indomaret. In addition, store atmosphere and quality of personal can positively predict repatronage intentions through customer satisfaction at Indomaret..*

Keywords: store atmosphere, quality of personal, customer satisfaction, repatronage intentions

(F) *References list: 24 (1975-2021)*

(G) Dr. Keni, S.E., M.M.

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

(A) YOSUA TANTRI SAMAN (115180358)

(B) STORE ATMOSPHERE DAN QUALITY OF PERSONAL UNTUK
MEMPREDIKSI REPATRONAGE INTENTIONS DI INDOMARET:
PERAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(C) xv + 84 halaman, 2021, 28 tabel, 3 gambar, 5 lampiran

(D) MANAJEMEN PEMASARAN

(E) **Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris *store atmosphere*, *quality of personal*, dan *customer satisfaction* sebagai prediktor terhadap *repatronage intentions* pada Indomaret. Total sampel dalam penelitian ini sebanyak 170 pelanggan Indomaret. Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif dan pengambilan sampel menggunakan teknik *convenience sampling*. Analisis data menggunakan *partial least square-structural equation modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan *software* SmartPLS versi 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *store atmosphere*, *quality of personal*, dan *customer satisfaction* dapat memprediksi secara positif *repatronage intentions* pada indomaret. Lebih lanjut, *store atmosphere* dan *quality of personal* dapat memprediksi secara positif *customer satisfaction* pada indomaret. Selain itu, *store atmosphere* dan *quality of personal* dapat memprediksi secara positif *repatronage intentions* melalui *customer satisfaction* pada Indomaret.

Kata kunci: *store atmosphere*, *quality of personal*, *customer satisfaction*, *repatronage intentions*

(F) Daftar Pustaka: 24 (1975-2021)

(G) Dr. Keni, S.E., M.M.

HALAMAN MOTO

“Do your future self a favour and work hard today”

-Alfie Deyes-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini saya persembahkan untuk:

Diri saya sendiri,

Kedua orang tua yang saya cintai,

Adik yang saya sayangi,

Sahabat dan teman-teman yang selalu mendukung saya.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik sebagai syarat dalam mencapai gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara, Jakarta. Skripsi ini berjudul “*Store Atmosphere dan Quality of Personal* untuk Memprediksi *Repatronage Intentions* di Indomaret: Peran *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Mediasi”.

Pembuatan skripsi ini membutuhkan waktu selama hampir 7 bulan. Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari seluruh pihak. Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan doa, bimbingan, dukungan, semangat, saran, dan solusi sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Keni, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan dan mengarahkan penulis selama proses penyusunan skripsi sehingga dapat selesai dengan baik.
2. Bapak Dr. Sawidji Widodoatmodjo, S.E., M.M., MBA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Ronnie Resdianto Masman, S.E., M.A., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Bapak Dr. Keni, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Bapak Franky Slamet, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
6. Seluruh dosen dan staf yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama berkuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
7. Keluarga saya, mulai dari papi, mami, adik, saudara-saudara saya (Angga dan Adi) yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.

8. Ester Carolina, Anas Cindy Jayadi, Calvin Marselino Sutoyo, Brian Pangellah, Violin, Nico, Michelle Claudia, Charles, Jonathan Adriel, Descham Ilham Ramadhan, Nicholas Rivaldo, Cornelius Gratia Chandra yang selalu membantu, memberikan dukungan, dan memotivasi penulis selama penyusunan skripsi.
9. Teman-teman Magang: Devi Febriyanti, Angelia Febriani, Tiffany Najamuddin, Muh. Fardhyaksa Usman, Ailsa Athiyyah Armina, Karin Hadi Rusli, Frans David Matthew Siallagan, Bapak Imam Santoso, Bapak Mangatur Retno Sitorus, Bapak Hery Munawar, Kak Arum Sari, Ibu Poppy Yuliana, Kak Kharen Magdalena dan Bapak Joni Wardianto yang telah memberikan dukungan dan membantu penulis selama penyusunan skripsi ini.
10. Teman-teman bimbingan skripsi: Yulianti, Christian Halim, Clarence, Jorke, Cynthia yang telah banyak membantu, memberikan saran serta memotivasi penulis selama proses penyusunan skripsi hingga selesai.
11. Seluruh pihak lain yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu, yang turut membantu dan mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Jakarta, 31 Desember 2021

Penulis,



Yosua Tantri Saman

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.
Error! Bookmark not defined.	
SURAT PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI iv
<i>ABSTRACT.</i> v
ABSTRAK vi
HALAMAN MOTTO
Error! Bookmark not defined.	
HALAMAN PERSEMBAHAN.
Error! Bookmark not defined.	
KATA PENGANTAR ix
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xiv
DAFTAR LAMPIRAN xv
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Permasalahan 1
1. Latar Belakang Masalah 1
2. Identifikasi Masalah 4
3. Batasan Masalah 5
4. Rumusan Masalah 5
B. Tujuan dan Manfaat 6
1. Tujuan 6
2. Manfaat 6

BAB II LANDASAN TEORI 7
A. Gambaran Umum Teori 7
B. Definisi Konseptual Variabel 8
C. Kaitan antara Variabel-Variabel 10
D. Penelitian yang Relevan 14
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis 22
BAB III METODE PENELITIAN 24
A. Desain Penelitian 24
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel dan Ukuran Sampel.	24
C. Operasionalisasi Variabel dan Instrumen 25
D. Analisis Validitas dan Reliabilitas 28
E. Analisis Data
Error! Bookmark not defined.	
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
Error! Bookmark not defined.	
A. Deskripsi Subjek Penelitian
Error! Bookmark not defined.	
B. Deskripsi Objek Penelitian
Error! Bookmark not defined.	
C. Hasil Analisis Data
Error! Bookmark not defined.3	
D. Pembahasan
Error! Bookmark not defined.3	
BAB V PENUTUP. 60
A. Kesimpulan 60
B. Keterbatasan dan Saran 60

DAFTAR PUSTAKA	
Error! Bookmark not defined.2	
LAMPIRAN	
Error! Bookmark not defined.5	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
Error! Bookmark not defined.	
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN	
Error! Bookmark not defined.	
DAFTAR PUSTAKA 32
LAMPIRAN 37
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
Error! Bookmark not defined.3	
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN 84

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian yang Relevan	15
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel <i>Store Atmosphere</i>	25
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel <i>Quality of Personal</i>	26
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	26
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel <i>Repatronage Intentions</i>	27
Tabel 3.5 Hasil Analisis <i>Average Variance Extracted</i>	29
Tabel 3.6 Hasil Analisis <i>Loading Factor</i>	29
Tabel 3.7 Hasil Analisis <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	31
Tabel 3.8 Hasil Analisis <i>Cross Loading</i>	31
Tabel 3.9 Hasil Analisis <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	33
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36

DAFTAR PUSTAKA

- Alfamart. (2020). *Proposal Penawaran Waralaba Alfamart*. <https://waralaba.alfamart.co.id/about/franchise-alfamart>
- Chang, W.-C., Chang, L.-H. and Yeh, S.-S. (2014). Customers' Perceived Experiences of Restaurant Environment, *Advances in Hospitality and Leisure*. Emerald Group Publishing Limited, Bingley, 9, 185-205. DOI: 10.1108/s1745-3542(2013)0000009013.
- Chang, H.J., Cho, H.J., Turner, T., Gupta, M. and Watchravesringkan, K. (2015). Effects of store attributes on retail patronage behaviors: Evidence from activewear specialty stores. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 19(2), 136-153. DOI: 10.1108/jfmm-03-2014-0019.
- Childs, M., Blanchflower, T., Hur, S. and Matthews, D. (2020). Non-traditional marketplaces in the retail apocalypse: investigating consumers' buying behaviours. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 48(3), 262-286. DOI: 10.1108/ijrdm-03-2019-0079.
- De Nisco, A. and Warnaby, G. (2013). Shopping in downtown: The effect of urban environment on service quality perception and behavioural intentions. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 41(9), 654-670. DOI: 10.1108/ijrdm-05-2013-0106.
- Eid, R. (2015). Integrating Muslim Customer Perceived Value, Satisfaction, Loyalty and Retention in the Tourism Industry: An empirical study. *International Journal of Tourism Research, Int. J. Tourism Res.*, 17, 249-260. DOI: 10.1002/jtr.1982.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Garson, G. D. (2016). *Partial Least Squares: Regression and Structural Equation Models*. Asheboro, North Carolina: Statistical Associates Publishers.
- Hair Jr., J.F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. 7th Edition. New International Edition. New Jersey. Pearson Education Limited.
- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & G. Kuppelwieser, V. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106-121. DOI: 10.1108/eb-10-2013-0128.

- Hellier, P.K., Geursen, G.M., Carr, R.A. and Rickard, J.A. (2003). Customer repurchase intention: a general structural equation model. *European Journal of Marketing*, 37(11), 1762-1800. DOI: 10.1108/03090560310495456.
- Hooper, D., Coughlan, J. and R. Mullen, M. (2013). The servicescape as an antecedent to service quality and behavioral intentions. *Journal of Services Marketing*, 27(4), 271-280. DOI: 10.1108/08876041311330753.
- Indomaret. (2021). *Sejarah & Filosofi Perusahaan*. <https://indomaret.co.id/home/index/sejarah-visi>
- Ing, P.G., Zheng Lin, N., Xu, M. and Thurasamy, R. (2020). Customer loyalty in Sabah full service restaurant. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 32(7), 1407-1429. DOI: 10.1108/apjml-07-2019-0437.
- Juliana dan Keni (2020). Prediksi Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan: Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 2(1), 110-121.
- Keni, K. dan Sandra, K. K. (2021). Prediksi Customer Experience Dan Service Quality Terhadap Customer Loyalty: Customer Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 191-204.
- Kitapci, O., Taylan Dortyol, I., Yaman, Z. and Gulmez, M. (2013), The paths from service quality dimensions to customer loyalty: An application on supermarket customers. *Management Research Review*, 36(3), 239-255. DOI: 10.1108/01409171311306391.
- Makanyeza, C. and Chikazhe, L. (2017), Mediators of the relationship between service quality and customer loyalty: Evidence from the banking sector in Zimbabwe. *International Journal of Bank Marketing*, 35(3), 540-556. DOI: 10.1108/ijbm-11-2016-0164.
- Malhotra, N. K. (2015). *Essentials of Marketing Research A Hands-On Orientation*. 1st Edition. United Kingdom. Pearson Education Limited.
- Mannan, M., Chowdhury, N., Sarker, P. and Amir, R. (2019). Modeling customer satisfaction and revisit intention in Bangladeshi dining restaurants. *Journal of Modelling in Management*, 14(4), 922-947. DOI: 10.1108/jm2-12-2017-0135.
- Nair, S.R. (2018). Analyzing the relationship between store attributes, satisfaction, patronage-intention and lifestyle in food and grocery store choice behavior. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 46(1), 70-89. DOI: 10.1108/ijrdm-06-2016-0102.

- Osman, S., Sim Ong, F., Nor Othman, M. and Wei Khong, K. (2014). The mediating effect of mood on in-store behaviour among Muslim shoppers. *Journal of Islamic Marketing*, 5(2), 178-197. DOI: 10.1108/jima-01-2013-0005.
- Park, A., An, H.S., Song, J.M. and Chung, C. (2021). Please do not disturb: the effect of Zero-Contact Marketing on Korean consumers' decision-making process. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. DOI: 10.1108/apjml-09-2020-0641
- Zhou, L. and Wong, A. (2003). Consumer impulse buying and in-store in Chinese supermarkets. *Journal of International Consumer Marketing*, 16(2), 37-53. DOI: 10.1300/j046v16n02_03.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

1. Nama Lengkap : Yosua Tantri Saman
2. Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 16 September 2000
3. Alamat : Jl. Daan Mogot 2 No.88DK
4. Jenis Kelamin : Laki-laki
5. Agama : Kristen
6. Kewarganegaraan : Indonesia
7. No. Handphone : 08170880131
8. Email : yosua.115180358@stu.untar.ac.id

PENDIDIKAN FORMAL

1. 2018-sekarang : S1 Manajemen Universitas Tarumanagara
2. 2015-2018 : SMA IPEKA Tomang 2
3. 2012-2015 : SMP IPEKA Tomang 2
4. 2006-2012 : SD IPEKA Tomang 1

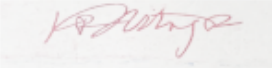
HASIL PEMERIKSAAN TURNITIN

1/5/22, 9:41 PM

Turnitin

Turnitin Originality Report

Processed on: 05-Jan-2022 14:37 WIB
ID: 1737672447
Word Count: 12672
Submitted: 1


(Lerbin R. Aritonang R.)
Manajemen Litbang FE UNTAR

Similarity Index

3%

Similarity by Source

Internet Sources: 3%
Publications: 2%
Student Papers: N/A

STORE ATMOSPHERE DAN QUALITY OF PERSONAL

UNTUK MEMPREDIKSI REPATRONAGE INTENTIONS DI INDOMARET: PERAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
By Sm Yosua Yosua

1% match (Internet from 12-Oct-2021)

http://repository.untar.ac.id/13332/1/buktipenelitian_10189012_10A134016.pdf

1% match (Internet from 28-Oct-2021)

http://repository.untar.ac.id/13368/1/buktipenelitian_10191031_10A210730.pdf

1% match (Internet from 10-Nov-2021)

<https://jurnaltsm.id/index.php/JBA/article/download/902/592>

1% match (Internet from 12-May-2020)

<https://www.scribd.com/document/388424676/HARDCOVER-REVISI-PASCA-SIDANG-UDAH-TTD-PAK-HENDRY-docx>

SKRIPSI STORE ATMOSPHERE DAN QUALITY OF PERSONAL UNTUK MEMPREDIKSI REPATRONAGE INTENTIONS DI INDOMARET: PERAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI DIAJUKAN OLEH: NAMA : YOSUA NIM : 115180358 UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN BISNIS FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS TARUMANAGARA JAKARTA 2021 BAB I PENDAHULUAN A. PERMASALAHAN 1. Latar Belakang Masalah Industri ritel merupakan industri yang terus berkembang. Industri ini merupakan industri yang sangat menarik untuk dibahas dan merupakan industri yang memiliki peluang yang sangat besar untuk dieksplorasi lebih lanjut. Keberadaan bisnis ritel terutama minimarket dan convenience store membantu pelanggan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, mulai dari dry food, non-food, dan general merchandise. Di dunia sendiri terdapat banyak merek yang bergerak di bidang ritel salah satu contohnya adalah 7-Eleven. Di Indonesia terdapat 2 merek besar yang bergerak di bidang minimarket yaitu Indomaret dan Alfamart. Indomaret diklaim menjadi yang pertama dan menjadi pelopor untuk konsep bisnis waralaba minimarket di Indonesia. Indomaret sudah berdiri sejak 1988, berawal dari sebuah koperasi yang didirikan untuk mempermudah penyediaan kebutuhan pokok sehari-hari karyawan perusahaan. Kemudian pada tahun 1997, Indomaret mulai mengembangkan bisnisnya dengan sistem waralaba. Ciri khas dari Indomaret adalah warnanya yaitu warna merah, biru, dan kuning (Indomaret, 2021). Indomaret menyediakan berbagai macam kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari. Indomaret tidak hanya menjual produk seperti makanan dan kebutuhan sehari-hari, Indomaret juga melayani jasa transaksi. Indomaret terus melakukan inovasi untuk melayani kebutuhan

https://www.turnitin.com/newreport_printView.asp?eq=1&eb=1&esm=1&oid=1737672447&sid=0&n=0&m=2&sr=56&r=13.455679669966614&l... 1/24