

SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, SUASANA SALON, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI BLISS SALON PALEMBANG



Disusun Oleh:

Cshelly Sanora

1923200047

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG
PALEMBANG
2023**



Program Studi Manajemen
Skripsi Sarjana Ekonomi
Semester Gasal Tahun 2022/2023

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, SUASANA SALON DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI BLISS SALON PALEMBANG

Cshelly Sanora

1923200047

Abstrak

Dalam penelitian yang dilakukan memiliki beberapa tujuan dalam mengetahui hal dimana seberapa besar pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, suasana salon serta kepuasan pelanggan secara kompleks dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan Bliss Salon Palembang, seberapa besar pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, suasana salon dan kepuasan pelanggan secara terpisah terhadap loyalitas pelanggan Bliss Salon Palembang, seberapa besar pengaruh persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan Bliss Salon Palembang, seberapa besar pengaruh kualitas pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Bliss Salon Palembang, seberapa besar suasana salon berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Bliss Salon Palembang, dan yang terakhir kepuasan pelanggan seberapa besar berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Bliss Salon Palembang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang sudah melakukan perawatan di Bliss Salon Palembang sebanyak 3x perawatan. Teknik pengambilan data menggunakan kuesioner yang disesuaikan dalam bentuk skala Likert yang telah diuji validitasnya dan reliabilitasnya. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yang meliputi persepsi harga, kualitas pelayanan, suasana salon dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Bliss Salon Palembang. Hal ini tersebut telah dibuktikan dengan hasil perhitungan Uji F bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang diperoleh F hitung sebesar 30,385 hal ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $30,385 > 2,30$, yang berarti bahwa persepsi harga, kualitas pelayanan, suasana salon dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Bliss Salon. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar Bliss Salon selalu mempertahankan

dan lebih meningkatkan terciptanya loyalitas pelanggan yang lebih baik untuk mencapai kemajuan usaha.

Kata kunci : Persepsi harga, kualitas pelayanan, suasana salon, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.





BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman era modern ini, perawatan kecantikan telah menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi sebagian masyarakat khususnya bagi kaum wanita. Kecantikan merupakan harta yang sangat berharga, sehingga harus senantiasa dijaga dan dirawat. Saat ini telah banyak salon kecantikan yang memiliki dan menawarkan berbagai pelayanan, baik pelayanan yang memuaskan, produk yang bersaing, tempat yang nyaman, promosi yang menarik, dan sebagainya guna memuaskan konsumen dan mendapatkan kesetiaan konsumen. (Asmita dan Minerva, 2019).

Menurut Nadia Hulaimi (2021), secara umum salon kecantikan adalah sebuah tempat usaha yang bergerak di bidang jasa kecantikan yang berhubungan dengan perawatan kecantikan dan kosmetik untuk pria dan wanita. Dimana salon kecantikan sebagai tempat untuk memperindah dan mempercantik tubuh dengan menyediakan perawatan berkaitan dengan kesehatan kulit, keindahan rambut, estetika wajah, perawatan kaki, perawatan kuku, waxing atau hair removal lainnya, dan sebagainya yang berhubungan dengan pelayanan kecantikan tubuh.

Menurut Nadia Hulaimi (2021), fungsi utama dari salon sendiri pastinya sebagai wadah atau tempat utama untuk menyediakan jasa dan layanan yang berhubungan dengan mempercantik fisik dan sekaligus melakukan perawatan tubuh. Adapun tujuan dari salon yaitu memberikan penampilan baru bagi klien yang ingin mengubah penampilan, mengembalikan keseimbangan tubuh dengan melakukan perawatan kecantikan, dan tempat untuk mempercantik penampilan, karena dengan mempercantik penampilan dapat membuat seseorang merasa semakin percaya diri. Selain fungsi dan tujuan dari salon ada juga tipe-tipe dari salon itu sendiri yaitu, beauty salon, hair salon, salon & day spa, barber shop, nail salon, bridal salon, dan tanning salon.

Dikutip dari sebuah berita online majalahkartini.co.id, dalam 10 tahun terakhir, industry kecantikan dan perawatan pribadi di Indonesia bertumbuh rata-rata 12% dengan nilai pasar mencapai sebesar 33 triliun Rupiah di tahun 2016. Bahkan di tahun 2020, industry kecantikan di Indonesia di prediksi akan mengalami peningkatan paling besar dibandingkan dengan Negara-negara lain di Asia Tenggara. Perkembangan salon yang menjadi salon terbaik di Indonesia meliputi Salon Venus, Salon Michael Zimbalist, Salon Peter, Salon Talent, Salon Queemdom, dan Salon One Piece (Fimela.com). tidak hanya menyebar di kota-kota besar saja namun perkembangan salon juga menyebar di Palembang. Bukan hanya jumlah penduduk yang makin bertambah, namun sejumlah salon di Palembang juga semakin banyak pilihannya. Bagi masyarakat yang bingung mencari salon di Palembang yang terbaik, ada 7 daftar salon yang memiliki kualitas terbaik di Palembang dapat dilihat di table 1.1

Tabel 1.1**Salon Terbaik di Palembang**

No	Nama	Kelebihan	Kekurangan
1	Aliyah Zahira Salon Muslimah	Ada tempat spot foto dan lokasi yang sangat strategis	Ketika ingin masuk ke salon harus mengetuk pintu terlebih dahulu karna pintu yang terkunci
2	VIP salon & studio	Tidak hanya menyediakan jasa perawatan saja namun juga menyediakan kelas khusus untuk yang ingin belajar	Lokasi yang lumayan jauh
3	Amanie Salon	Sering promo dan memiliki cabang di Jambi dan di Palembang	Peralatan yang digunakan sering mengalami kerusakan
4	flamingo Salon Spa Palembang	Menggunakan pegawai yang professional dan harga terjangkau	Lokasi di dalam komplek membuat konsumen kesulitan untuk menemukan tempatnya
5	House Of Viin	Tempat yang nyaman dan dijaga dengan protokol kesehatan	Harga yang tidak terjangkau
6	The Yellow Salon Sulaiman Amin	Tempat yang nyaman, karyawan yang ramah-ramah	Pegawai sedikit membuat konsumen menunggu lama
7	Bliss Salon	Pelayanan yang ramah, tempat yang strategis, suasana yang nyaman, dan harga terjangkau	pegawai yang tidak banyak membuat konsumen harus antri untuk mendapatkan pelayanan dan perawatan

Sumber : tempat.info

Banyaknya pesaing yang memiliki konsep nyaris sama dengan Bliss Salon sampai sekarang banyaknya bermunculan salon-salon lainnya membuat persaingan bisnis yang begitu ketat menyebabkan perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan pelanggan agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan. Bliss Salon menggunakan strategi loyalitas pelanggan seperti memberikan *membership card*, menghadiahkan poin, menghadiahkan *gift voucher* dan lain-lain. Dengan memiliki konsumen yang tetap atau loyal terhadap bisnis, maka akan membuat bisnis tetap kokoh dalam berbagai situasi. Menjaga loyalitas pelanggan merupakan tanggung jawab yang besar dan cukup sulit dilakukan. Bliss Salon secara rutin meningkatkan kualitas bisnisnya agar pelanggan tetap loyal. Dengan cara menghubungi konsumen secara berkala, , membuat otoritas dalam bisnis yang dijalankan, membalas pesan secepat mungkin, menghargai sudut pandang pelanggan. Bliss Salon berdiri sejak tahun 2019, memiliki sekitar 5 karyawan di setiap cabangnya dan memiliki cabang di Jakarta. Bliss Salon Palembang berlokasi di Jl. Jendral Sudirman, No. 3266 di sebrang SMAN 3 Palembang. Adapun jumlah pengunjung yang datang ke Bliss Salon yang mengalami peningkatan pengunjung tiap bulannya dapat dilihat dari tabel di bawah ini. Tabel 1.2

Tabel 1.2 Jumlah Pengunjung Bliss Salon

No	Bulan	Jumlah Pengunjung	Persentase
1	September	25 Pengunjung	2,54%
2	November	36 Pengunjung	3,66%
3	Desember	47 Pengunjung	4,77%
4	Januari	58 Pengunjung	5,88%
5	Februari	69 Pengunjung	7%
6	Maret	80 Pengunjung	8,12%
7	April	92 Pengunjung	9,33%
8	Mei	104 Pengunjung	10,54%
9	Juni	110 Pengunjung	11,15%
10	Juli	116 Pengunjung	11,76%
11	Agustus	121 Pengunjung	12,27%
12	September	128 Pengunjung	12,98%
Total		986 Pengunjung	100%

Sumber: Blissalon 2022

Berdasarkan tabel 1.2 diatas bahwa Bliss Salon mengalami jumlah pengunjung yang meningkat dan berhasil memenuhi keinginan konsumen agar konsumen mempertahankan loyalitasnya terhadap Bliss Salon Palembang.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan persepsi harga, kualitas pelayanan, suasana salon, dan kepuasan pelanggan guna mempertahankan pelanggan setia dalam lingkungan yang kompetitif saat ini. Loyalitas pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya. Pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal. Selanjutnya pelanggan yang loyal tersebut akan memperluas kesetiaan mereka pada produk atas jasa buatan produsen yang sama. Seperti yang dikemukakan Hermanto (2019, h.26) terciptanya kepuasan memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan yang menguntungkan bagi perusahaan, dan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dengan memberikan

pelayanan sebaik mungkin dan memberikan sebuah apresiasi atas kelayakan pelanggan terhadap Bliss Salon yang menjadikan Bliss Salon kepercayaan untuk merawat muka, merawat rambut dan perawatan lainnya.

Untuk mempertahankan pelanggannya Bliss Salon menggunakan strategi persepsi harga menurut Gozi Kurniawan (2020, h. 33) yaitu berkaitan dengan bagaimana konsumen dapat memahami informasi harga dan memberikan makna yang dalam bagi merek. Konsumen dapat mempersepsikan harga produk tertentu berdasarkan atribut yang ada dalam produk tersebut dan dengan pertimbangan perbandingan harga produk sejenis lainnya. Menurut Ariadi dan Rizal (2018) mendefinisikan bahwa penentuan harga yang tepat merupakan langkah awal yang dilakukan perusahaan dalam mencapai loyalitas dan keterkaitan konsumen, dimana harga merupakan salah satu unsur penting di dunia usaha dimana dalam menentukan suatu keputusan baik pembelian terhadap suatu produk maupun jasa yang akan mempengaruhi loyalitas dan keterkaitan pelanggan. Harga yang dipromosikan Bliss Salon ditinjau dari pasar saat ini masih terjangkau masyarakat di semua kalangan, tetapi terdapat beberapa perawatan yang didasarkan dari penelitian masih terkesan mahal dikarenakan dengan penggunaan pilihan produk serum dan vitamin. Selain itu, tambahan service seperti: pemberian serum atau vitamin tidak tercantum di harga awal, sehingga pelanggan harus membayar lebih mahal saat di kasir. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Nur Mewah dengan judul "pengaruh persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus salon muslimah cabang medan tunggal)" menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Strategi berikutnya yang digunakan Bliss Salon untuk mempertahankan loyalitas pelanggan menurut Dr. Methiana Indrasari (2019, h.61) adalah dengan memberikan kualitas pelayanan, adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Ariadi dan Rizal (2018) mendefinisikan bahwa kualitas pelayanan yang baik dengan keandalan atau kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu yang menjadikan tolak ukur dan yang terjadi adalah terciptanya loyalitas pelanggan. Bliss Salon berusaha memberikan pelayanan yang baik dilihat dari kehandalan karyawannya dalam memotong rambut konsumen, ramahnya karyawan kepada konsumen, serta membuat suasana yang indah dan bersih di Bliss Salon. Setelah konsumen menerima pelayanan yang baik, serta suasana yang mendukung, maka konsumen akan melakukan pemakaian ulang jasa salon. Dari penelitian yang dilakukan oleh Citra Melisa dan Prima Minerva yang berjudul “analisis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan arsyila salon dan spa di kota bukit tinggi” menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Selanjutnya yang digunakan Bliss Salon untuk mempertahankan pelanggannya ialah suasana salon menurut Christiana Whidya Utami (2019, h. 255) yaitu melalui suasana toko yang sengaja diciptakan oleh ritel, ritel berupaya untuk mengomunikasikan informasi yang terkait dengan layanan, harga maupun ketersediaan barang dagangan yang bersifat fashionable. Menurut C

Lailatuzzahryyah (2022) mendefinisikan bahwa, suasana salon yang tepat dapat menjadi sarana komunikasi yang bias memberikan kesan positif dan baik, menguntungkan serta memperbesar peluang untuk mempengaruhi keputusan pelanggan dan menciptakan adanya loyalitas pelanggan. Suasana di Bliss Salon menyediakan musik yang diputar, aroma yang membuat siapa pun berada diruangan menjadi rileks, warna salon yang elegan, desain ruangan yang rapi dan tertata, penataan cahaya yang menambah kesan elegan pada ruangan salon dan ada komunikasi visual di dalam ruangan sehingga membuat konsumen merasah rileks dan nyaman berada diruangan. Dari penelitian yang dilakukan oleh Enggar Puspita Martha yang berjudul “pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, dan suasana salon terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan (studi pada pelanggan flarent salon Yogyakarta)” menunjukkan bahwa suasana salon berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Selain faktor diatas, strategi yang digunakan oleh Bliss Salon yaitu kepuasan pelanggan menurut Dr. Meithiana Indrasari (2019, h.82) adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapkan. Perasaan tersebut timbul karena pelanggan membandingkan harapan mengenai produk atau jasa yang diperoleh dengan kenyataan, oleh sebab itu kepuasan pelanggan memang subjektif penilaian tergantung pelanggan itu sendiri. Menurut Hermanto (2019, h.26) mendefinisikan bahwa terciptanya kepuasan memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan yang mengutamakan bagi perusahaan,

dan kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Strategi kepuasan pelanggan yang dilakukan Bliss Salon dengan sistem keluhan dan saran, artinya Bliss Salon yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka, media yang biasa digunakan menyediakan saluran telepon. Dari penelitian yang dilakukan Ibnu Jauzi dan Ari Prasetyo yang berjudul “analisis dampak kepuasan pelanggan dalam kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan salon muslimah” menunjukkan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Tinggi kepuasan pelanggan, maka semakin tinggi loyalitas pelanggan.

Dari keempat strategi atau variable diatas yaitu harga, kualitas pelayanan, suasana salon dan kepuasan pelanggan yang diberikan, sehingga akan tercipta loyalitas pelanggan. Hal inilah yang dilakukan Bliss Salon Palembang supaya konsumen merasa loyal dengan apa yang diberikan.

Berdasarkan fenomena, latar belakang dan penelitian terdahulu maka penelitian akan melakukan penelitian dengan judul. “PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, SUASANA SALON, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI BLISS SALON PALEMBANG”.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, suasana salon, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Bliss Salon Palembang secara parsial ?
2. Bagaimana pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, suasana salon, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Bliss Salon Palembang secara simultan ?

1.3 RUANG LINGKUP PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas, maka penulis mengambil topik mengenai “Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Suasana Salon, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan”. Pada penelitian ini, penulis membatasi objek penelitian pada variabel bebas yaitu Persepsi Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Suasana Salon (X_3), Kepuasan Pelanggan (X_4) serta variabel terikat nya yaitu Loyalitas Pelanggan (Y). Responden dalam penelitian ini yaitu pelanggan yang datang minimal 2x dating di Bliss Salon Palembang.

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis persepsi harga, kualitas pelayanan, suasana salon, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Bliss Salon Palembang secara parsial.
2. Untuk menganalisis persepsi harga, kualitas pelayanan, suasana salon, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Bliss Salon Palembang secara simultan.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah dan memperluas wawasan serta pengalaman peneliti terkait dengan jasa dalam bentuk salon kecantikan dari segi persepsi harga, kualitas pelayanan, suasana salon, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan yang dilakukan oleh konsumen di Palembang.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi referensi dalam mempertimbangkan persepsi harga, kualitas pelayanan, suasana salon, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Bliss Salon yang dilakukan oleh konsumen Palembang.

3. Bagi Pembaca

penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan menjadi referensi bagi pembaca yang akan meneliti terkait dengan persepsi harga, kualitas pelayanan, suasana salon, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

1.6 Sistematika

Sistematika penelitian ini terdiri dari beberapa bab meliputi :

BAB I PENDAHULUAN

Penulis akan membahas mengenai pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori yang mendasari masalah yang diteliti seperti landasan teori, penelitian sebelumnya, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang pendekatan penelitian, objek/subjek penelitian, teknik pengambilan sampel, jenis data, teknik pengumpulan data, definisi operasional serta teknikanalisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang seberapa signifikan pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, promosi penjualan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.





DAFTAR PUSTAKA

- Ariadi Yudha Nugroho, R. H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Diponegoro Journal Of Managemnt*, 7.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Andi.
- Citra Melisa, P. M. (2020). Analisis Tentang Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Arsyila Salon & SPA di Kota Bukit Tinggi. *Jurnal Tata Rias dan Kecantikan*, 9.
- Dr. Didin Fatihudin, D. M. (2019). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Grup Penerbitan CV Budi Utama.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Hermanto. (2019). *Faktor Pelayanan, Kepuasan, & Loyalitas Pelanggan*. Surabaya: CV. Jakad Publishing Surabaya 2019.
- Hulaimi, N. (2021, November 06). Pengertian, Fungsi dan Tujuan Salon Kecantikan. *Dina Academy*, p. 1.
- Ibnu Jauhari, A. P. (2021). Analisis Dampak Kepuasan Pelanggan Dalam Hubungan Antara Orientasi Pelayanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan salon Muslimah. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 8.
- Indasari, D. M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kurniawan, G. (2020). *Perilaku Konsumen*. Surabaya: Penerbit Mitra Abisatya.
- Nur Mewah, S. A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Salon Muslimah Cabang Medan Sunggal). *Jurnal FEB*, 11.
- Sugiyono. (2019). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Penerbit Alfabet.

Utami, C. W. (2019). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Selemba Empat.

