

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, Abdul, S. R. (2018). *Ekonomi Politik Monopoli: Negara Pelayan Kapitalis & Kuasa Korporasi dalam Bisnis Pasar Modern*. Surabaya: Pusat Penerbitan dan Percetakan Universitas Airlangga (AUP).
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Bhandari, A dan Verna. (2013). *Strategic Management: Aconceptual Framework*. New Delhi: Mc Graw Hill Education.
- Christine and Budiawan, W. (2017). Analisis Pengaruh *Marketing Mix* (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada *House of Moo*, Semarang). Universitas Diponegoro, 6(1).
- Databoks.katadata.co.id. (2021 25 November). Jumlah Gerai Minimarket Meningkat 39% pada 2020. Diakses pada 30 September 2022, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/25/jumlah-gerai-minimarket-meningkat-39-pada-2020>.
- David, F. R. (2009) *Konsep Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Gilbert, David. (2003). *Retail marketing management* (2nd ed). England: Prentice – Hal.
- Hasibuan, S., dan Amela, F. (2019). Implementasi *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) Dalam Merencanakan Strategi Pemasaran Pada Usaha Minuman *Happy Bubble Drink* Di Kota Binjai. *Jurnal Bisnis Administrasi*. 08(1).

Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.

Martha, E. and Kresno, S. (2016) Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta: Rajawali Press.

Nilasari, S. (2014) Manajemen Strategi Gampang Untuk Pemula & Orang Awam. Jakarta Timur: Dunia Cerdas.

Purwadisastra, D. (2021). Strategi Ritel Konvensional Modern Dalam Menghadapi Persaingan Pada Masa Pandemi Covid 19. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. 8(2).

Rahman. A. V., dan Nofritar. (2022). Analisis SWOT Sebagai Landasan Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Oleh Two Mart Swalayan. 1(1).

Rangkuti, Freddy. (2014). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Reza, F., Santoso. B., dan Dewi. E. (2020). Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT pada Mini Market di Mutiara Mart Rowotengah Jember. 4(2).

Siregar. Mastroani. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT Dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) Studi Kasus: Toko Cahaya Fajar. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Stanton, William J. 2013. Prinsip Pemasaran. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta: Erlangga

Sudirga, R. S. (2017). Faktor-Faktor yang Menentukan Peningkatan Bisnis Ritel di Indonesia. *Journal of Business & Applied Management*. 10(2).

Sugiyono. (2013) Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kombinasi (*Mixed Methods*). Bandung: CV Alfabeta.

Sunyoto. Danang. (2015). Strategi Pemasaran. Konsep Memenangkan Persaingan Bisnis dan Menakar Keberhasilan Strategi Menarik Konsumen. Yogyakarta: CAPS (*Center for Academic Publishing Service*).

Sukotjo., Hendri., dan Radix, S. (2010). Analisa *Marketing Mix-7P (Product, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence)* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis*. 1(2).

TrenAsia.com. (2021, 03 Juni). Kiamat Ritel (Serial 1): Deretan Perusahaan Ritel Tumbang Sebelum dan Setelah Pandemi. Diakses pada 30 September 2022, dari <https://www.trenasia.com/kiamat-ritel-serial-1-deretan-perusahaan-ritel-tumbang-sebelum-dan-setelah-pandemi>.

Utami, Christina. W. (2012). Manajemen Ritel. Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia. Jakarta: Salemba Empat.

Vivi, dan Melisa. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Ritel Carrefour Dalam Meningkatkan Nilai Transaksi Di Pontianak. 2(1).

Westwood, John. (2004). *The Marketing Plan*, 3rd Edition. Amerika: Kogan Page.

Wheelen, T.L. dan Hunger, J.D. (2013). *Strategic Management And Business Policy 13th Edition*. USA: *Prentice Hall International (UK) Limited*.