

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. 2021. *Pengantar Metodologi Penelitian* (1st ed.). Suka-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Arifin, R. 2000. Value FMK Jurnal Ilmiah Fakultas Manajemen Keuangan Ikopin. *Sisa Hasil Usaha*.
- Dasipah, E., & Suseno, G. 2023. *Sistematikasi Pemasaran: Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian* (1st ed.).
- Irawan, D. 2024. *Urgensi Jati Diri Koperasi* (1st ed.). IKOPIN Press.
- Ma'ruf, H. 2005. *Pemasaran Ritel*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Nugraha, J., Elvira, L., Yunus, A., Bormasa, M., Sholihah, D., & Puspitasari, R. 2023. *Manajemen Bisnis* (1st ed.). PT Global Eksekutif Teknologi Anggota IKAPI.
- Nurwati, U., & Sudewa, J. 2022. *Manajemen Pemasaran*. CV. Mega Press Nusantara.
- Rauf, Aa., Manullang, S., Ardiansyah, T., Diba, F., Awaludin, I., Muniarty, P., Mundzir, H., Depari, V., Apriyanti, E., & Yahawi, S. 2021. *Digital Marketing: Konsep dan Strategi*. Insania.
- Rifa'i, M. 2020. *Manajemen Bisnis* (1st ed.). CV. Pusdikra Mitra Jaya.
- Sitio, A., & Tamba, H. 2001. *Koperasi Teori dan Praktik*.

Sopiah, & Syihabudin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. C.V. Andi Offset.

Sugiyono. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.

Supriyadi, D. 2018. *Book Chapter Kepuasan Konsumen Sebagai Kunci Sukses Usaha Book Chapter*. 37–46.

Utami, C. 2017. *Manajemen Ritel* (Edisi 3). Salemba Empat.

Referensi Lainnya

Diem, M. J., & Diem, D. A. R. 2014. Pengaruh Bauran Produk Terhadap Keputusan Konsumen Studi Kasus: PT. Rasa Prima Selaras Palembang. *Article Journal*, 43–48.

Dwirachmawati, M., & Saino. 2014. Pengaruh bauran pemasaran ritel terhadap keputusan pembelian produk di Hypermart Ponorogo City Center. *Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya*, 4(1), 1–13.

Fauziyyah, A., Suhada, A., Nurjanah, A., & Utama, R. 2023. Jenis-Jenis Koperasi Dan Koperasi Sebagai Badan Usaha. *Musytari Neraca Manajemen, Ekonomi*, 3(4), 1–13.

Fuji Irfani, R., & Gunadi, T. 2021. Bauran Eceran Dalam Meningkatkan Partisipasi Anggota. *Koaliansi : Cooperative Journal*, 1(1), 1–16.

Harini, S., & Septiansyah, A. 2019. Pengaruh Motivasi Anggota, Manajemen Keanggotaan, Dan Partisipasi Anggota Terhadap Keberhasilan Usaha Koperasi Wanita Di Kabupaten Subang. *Jurnal Visionida*, 5(1), 17.

Herawati, A., Pradhanawati, A., Reni, &, & Dewi, S. 2013. Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel terhadap Loyalitas Pelanggan melalui KepuasanPelanggan Pada Konsumen Alfamart di Kecamatan Tembalang Semarang. *Diponegoro Journal*

of Social and Politic, 1–9.

ICA. 1995. *Statement on the Cooperative Identity*. Report to the 31 St Congress Manchester in Review of International Cooperation, 88.3.

Internasional Co-operative Alliance. (n.d.). History of the Cooperative Movement. Retrieved Mei 18, 2025, from <https://ica.coop/en/cooperatives/cooperative-identity>

Made, I. 2022. Strategi Penetapan Harga Dalam Upaya Mempertahankan Keberlangsungan Bisnis Grosir Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 5(1), 54–54.

Mulyana, I. 2020. *E-Coops-Day*. 1(2).

Peraturan Menteri Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Republik Indonesia Nomor: 06/Per/M.KUKM/V/2006 Tentang Pedoman Penilaian Koperasi Berprestasi/Koperasi Award.

Peraturan Pemerintah RI. 1992. *Undang-Undang Republik Indonesia No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian*. Departemen Koperasi.

Prima, G. R. 2020. Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Terhadap Pelayanan Angkutan Umum Perkotaan di Kota Tasikmalaya. *Siklus : Jurnal Teknik Sipil*, 6(2), 129–140.

Rizky, S. A., Waluyo, H. D., & Prabawani, B. 2021. Pengaruh Bauran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret Kecamatan Banyumanik Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 879–889.

Setiawan, A. H. 2004. Peningkatan Partisipasi Anggota Dalam Rangka Menunjang Pengembangan Usaha Koperasi. *Jurnal Dinamika Pembangunan (JDP)*, 39–43.

- Sugesti, N. L., Kusniawati, A., Haris, F., Prabowo, E., Ekonomi, F., Galuh, U., Konsumen, M. B., Emas, I., Syariah, P., Keuangan, L., & Bank, N. 2019. Pengaruh Omni-Channel Marketing terhadap Minat Beli Konsumen (Suatu Studi pada Produk Tabungan Emas PT. Pegadaian Syariah Cabang Padayungan). *Business Management and Entrepreneurship*, 1(4), 92–101.
- Suriansha, R. 2021. Omnichannel Marketing. *Journal of Economics and Business UBS*, 10(2), 95–109.
- Undang-Undang, N. 25. 1992. Undang-Undang RI No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian Indonesia. *Peraturan Bpk*, 25, 1–57.
- Utami, N. S. 2018. Analisa Kinerja Sektor Ritel Indonesia. *Ecopreneur*. 12, 1(1), 43.
- Yistiani, N. N. M., Yasa, N. N. K., & Suasana, I. G. A. K. G. (2012). Pengaruh Atmosfer Gerai dan Pelayanan Ritel terhadap Nilai Hedonik dan Pembelian Impulsif Pelanggan Matahari Department Store Duta Plaza di Denpasar. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, Dan Kewirausahaan*, 6(2), 139–149.
- Zain, E., Wiratanaya, G., Kurniawan, A., Puspitasari, Y., Krismayanti, Y., Nilowardono, S., As-syahri, H., Rafli, M., Febryan, F., Astuti, H., Selfiana, Ibrahim, F., Wibowo, A., Afnarius, S., Tumbel, N., & Wati, N. 2024. *Manajemen Bisnis* (1st ed.). Eureka Media Aksara.