

Barat. Lahan Parkir sebaiknya diberikan pembatas yang jelas Parkir khusus untuk yang berbelanja di Unit Perdagangan Koperasi ini sebagai pembeda juga antara parkir untuk Koperasi dan Kantor Kedinasan.

9. Perlengkapan tambahan dan Hiasan pada bentuk bangunan dan juga Pemercantik ruangan pada Koperasi dianggap berlebihan oleh Anggota sebaiknya dikurangi lagi dan disesuaikan kembali dengan kebutuhan dan keadaan koperasi saat ini dengan konsep minimalis dan modern.
10. Terus mempertahankan indikator yang sudah bagus agar terus sesuai apa yang diharapkan oleh Anggota yaitu mengenai Citra Kelas Tinggi, Kualitas Produk, Keanekaragaman Produk, Hubungan Masyarakat, Fasilitas Bersih, Fasilitas Modern, Layanan Kredit.
11. Melakukan intangible value atau nilai pada produk yang tidak tampak atau tidak dapat dirasakan oleh indera. Emosi adalah yang terpenting. Menghadirkan nilai tak tampak ini hampir tak butuh biaya, namun berdampak besar pada kelangsungan usaha dan loyalitas Anggota. Nilai yang tak tampak ini akan masuk ke alam emosi bawah sadar dan menempati porsi besar dalam pengambilan keputusan. Melayani Anggota dengan baik, ramah, hangat, akrab, cepat, jujur, dan akurat. semua ini tidak butuh biaya, Orang hanya membeli dari orang yang mereka suka. Semurah-murahnya produk bila Karyawan atau Pengurus memperlakukan Anggota dengan buruk, maka Anggota tak akan datang kembali untuk berbelanja.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfred Hannel (2005). *Organisasi Koperasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Alma, Buchari. 2000. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Arrifin, Ramudi. 2013. *Koperasi Sebagai Perusahaan*. IKOPIN PRESS. Bandung.
- Christina Whidya Utami. 2010. *Manajemen Ritel*. Jakarta. Salemba Empat.
- Fandy Tjiptono. 2005. *Strategi Pemasaran*. Andi Offset. Edisi kedua. Yogyakarta
- Hanel, Alfred. 2005. *Organisasi Koperasi Pokok-Pokok Pikiran Mengenai Organisasi Koperasi dan Kebijakan Pengembangannya di Negara Berkembang*. Penerbit Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Hurriyati, Ratih 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta
- Kartasapoetra, G. 2003. *Koperasi Indonesia*. Rineka Cipta. Jakarta
- Koperasi Pegawai Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat. *Laporan Pertanggung jawaban Koperasi*. Bandung KPDTPH JABAR.
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Amstrong, 2006, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 10, Jakarta. Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran: Edisi 13, Jilid 1* Penerbit Airlangga, Jakarta.
- Republik Indonesia (1992). *Undang - undang Nomor 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian*. Jakarta : Departemen Koperasi.
- Rusidi dan Ami Purnamawati. 2015. *Metodologi Penelitian, Sistematika Usulan Penelitian dan Skripsi*. IKOPIN. Jatinangor.
- Ruslan, Rosady. 2007. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Penerbit PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Saladin, Djaslim, 2003, *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*,

Cetakan Ketiga, Bandung : Linda Karya

Saladin, Djaslim, 2006, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keempat, Bandung: Linda Karya

Sopiah dan Syihabudin. 2008. *Manajemen Bauran Ritel*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta. Bandung.

Supranto, 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk menaikkan pangsa pasar*. Jakarta. Penerbit Rineka Cipta.

Stanton, William J. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.

William J. Stanton, 2007. “*Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*”. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.

Zentes, Morschett, dan Hanna Scramm-klein. 2007. “*Strategic Retail Management*”. Erlangga, Jakarta.

Jurnal

Aryasdi Rica, Sabil Ananda, Rahayu Mintarti, Jurnal Ekonomi Bisnis “*Analisis pengaruh Citra Toko, Citra Merek vProduk vPrivate Lokal dan Nilai yang persesikan terhadap Loyalitas Pelanggan.*”

Bangun EV, “*Jurnal Kenyamanan Berbelanja*” Universitas Sumatera Utara.

Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, “*Analisis Pengaruh Kenyamanan terhadap minat beli secara Online pada Pemesanan tiket kereta Api melalui website resmi PT.KAI.*” Volume XII No.3, Desember, Halaman 241-260

Karnawati Agustina, Jurnal Manajemen dan Akuntansi “*Sikap konsumen terhadap Citra Toko distro Inspered di Kota Malang*”

Mulyana Mumuh, Nurendah Yulia “*Jurnal Analisis Strategi Lokasi Ritel dan Citra Toko Giant Botani Square Bogor*”