

The Implementation of Modern Retail Application Alfagift and Impact on Consumer Satisfaction

Penerapan Ritel Modern Aplikasi Alfagift dan dampaknya pada Kepuasan Konsumen

Aulia Fauziah

Commerce Administration Department,
Politeknik Negeri Bandung
Bandung, Indonesia
E-mail: fauziahaulia62@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the impact of modern retail implementation through the Alfagift application on consumer satisfaction in the Bandung Raya region. Using a quantitative descriptive approach, the study involved 103 respondents who had made purchases through Alfagift. The results of simple regression analysis indicate that 55.6% of consumer satisfaction is influenced by the implementation of modern retail through Alfagift. Hypothesis testing confirms a significant influence between modern retail, the Alfagift application, and consumer satisfaction. This study offers a comprehensive insight into the correlation between modern retail and consumer satisfaction, with Alfagift as a case study. Although 44.4% of other influences remain unexplained, these findings lay the groundwork for further exploration of additional factors affecting consumer satisfaction in the context of modern retail through Alfagift.

Keywords: *Modern Retail; Alfagift Application; Consumer Satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penerapan ritel modern melalui aplikasi Alfagift terhadap kepuasan konsumen di wilayah Bandung Raya. Dengan menggunakan metode pendekatan deskriptif kuantitatif, penelitian ini melibatkan 103 responden yang pernah melakukan pembelian melalui Alfagift. Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa sebesar 55.6% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh penerapan ritel modern Alfagift. Uji hipotesis mengkonfirmasi adanya pengaruh signifikan antara ritel modern aplikasi Alfagift dan kepuasan konsumen. Penelitian ini memberikan pemahaman mendalam tentang keterkaitan antara ritel modern dan kepuasan konsumen, dengan Alfagift sebagai studi kasus. Meskipun 44.4% pengaruh lain belum ter jelaskan, temuan ini memberikan dasar bagi penelitian lebih lanjut untuk mengeksplorasi faktor-faktor tambahan yang mempengaruhi kepuasan konsumen di konteks ritel modern Alfagift.

Kata Kunci: Ritel Modern; Aplikasi Alfagift; Kepuasan Konsumen

Received: September, 2023

Accepted: April, 2024

Available online: May, 2024

DOI: 10.61242/ijabo.24.315

JEL Classifications: L81, M31, M15

License

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

LATAR BELAKANG

Pertumbuhan sektor ritel di Indonesia berfungsi sebagai perantara antara produsen utama dan konsumen yang melakukan pembelian dalam jumlah kecil atau satuan. Industri ritel, dalam konteks ini, tidak hanya terbatas pada penjualan produk dan jasa pelayanan, melainkan juga memberikan nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, kelompok, atau pengguna akhir, tanpa melibatkan penjualan kembali, dengan cakupan produk yang mencakup pemenuhan kebutuhan rumah tangga, termasuk bahan pokok (Soliha, 2008). Keberhasilan pelaku usaha ritel sangat bergantung pada kemampuan mereka untuk berinovasi dan bersifat kreatif dalam mendeteksi dan memanfaatkan peluang usaha. Dalam perjalanannya, hal ini mendorong perkembangan industri ritel menuju bentuk yang lebih modern, dengan munculnya konsep minimarket, supermarket, dan hypermarket. Inovasi dan kreativitas menjadi pendorong utama dalam transformasi ritel, memungkinkan penyediaan layanan yang lebih efisien dan beragam, sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih baik.

Indonesia mengalami perkembangan dalam sektor ritel modern, menurut Ketua Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia, Roy Nicholas Mandey (dalam Rachmawati, 2023) pengusaha ritel modern pada tahun 2023 tumbuh hingga 4,2%. Transformasi ini membawa perubahan perilaku konsumen dalam kebutuhan akan inovasi layanan ritel. Salah satunya Alfagift, sebuah perusahaan ritel modern yang terus berkembang di Indonesia. Perkembangan ritel modern di Indonesia telah menciptakan pasar yang semakin kompetitif dan dinamis. Teknologi merupakan faktor yang mendorong masyarakat untuk beralih ke pengalaman berbelanja yang lebih modern dan efisien. Ritel modern menyediakan platform menarik bagi konsumen, dengan menyediakan berbagai produk dan layanan dalam satu tempat, mendukung pengalaman berbelanja yang lebih nyaman dan terintegrasi. Elemen dalam mengelola ritel modern meliputi faktor seperti strategi, inovasi, penataan lokasi, kelengkapan barang, keterlibatan dengan pemasok, penetapan harga, penggunaan teknologi, media informasi, pemberian layanan berkualitas, dan aspek keuangan (Chaniago et al., 2019).

Sebagai salah satu bagian dalam industri ritel modern Indonesia, Alfagift memiliki peran penting dalam mengikuti dan menyesuaikan dengan perubahan preferensi konsumen. Alfagift tidak hanya menyajikan kemudahan dalam pembelian kebutuhan sehari-hari melalui fitur kartu member virtual, tetapi juga menawarkan berbagai opsi pembayaran, termasuk transfer BCA, E-money, Gopay, dan *Cash On Delivery* (COD), memberikan konsumen fleksibilitas penuh dalam melakukan transaksi. Untuk meningkatkan kemudahan pembayaran, Alfagift terintegrasi dengan lebih dari 15.000 toko Alfamart yang tersebar di seluruh Indonesia. Pengguna Alfagift dapat menikmati sejumlah keuntungan, termasuk akumulasi poin pembelanjaan yang dapat diubah menjadi cashback, ditukar dengan voucher potongan harga, atau bahkan digunakan untuk mendapatkan produk secara cuma-cuma. Dengan strategi ini, Alfagift tidak hanya berperan sebagai penyedia produk ritel modern, tetapi juga sebagai platform yang mengutamakan kenyamanan dan kepuasan konsumen dalam pengalaman berbelanja.

Alfagift berusaha untuk menjadi destinasi belanja utama bagi masyarakat. Perusahaan mengadopsi teknologi terkini untuk meningkatkan pengalaman berbelanja, seperti platform daring, aplikasi mobile, dan sistem pembayaran digital. Perkembangan Alfagift sebagai entitas ritel modern menawarkan kontribusi yang signifikan dalam memahami dan memenuhi kebutuhan konsumen. Namun, dalam menghadapi pasar yang kompetitif, penting untuk mengevaluasi sejauh mana penerapan ritel modern Alfagift telah menciptakan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen sebuah faktor yang mempengaruhi kesetiaan konsumen, citra merek, dan kesuksesan jangka panjang suatu

perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini fokus pada analisis penerapan ritel modern Alfagift dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen yang ada di Bandung Raya yang terdiri Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung Barat, Kota Bandung dan Kota Cimahi. Melalui pemahaman yang mendalam tentang kepuasan konsumen dalam berbelanja di Alfagift, beradaptasi dengan tren ritel modern, layanan yang ditawarkan, dan sejauh mana konsumen merasa puas dengan pengalaman berbelanja di Alfagift.

TINJAUAN PUSTAKA

Ritel

Bisnis ritel adalah kegiatan menjual barang secara eceran yang dilakukan di berbagai lokasi seperti kios, pasar, toko departemen, butik, dan tempat lainnya. Dalam proses bisnis ritel ini, sistem pengiriman barang mengacu pada produk yang dijual, dimana barang-barang tersebut ditujukan untuk digunakan secara langsung oleh pembeli (Nurma & Luthman, 2018). Dengan kata lain, bisnis ritel mencakup berbagai metode dan lokasi penjualan, serta memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh barang dengan cepat dan efisien. Sedangkan menurut Anggraeni (2023) bisnis ritel bertujuan melayani konsumen akhir yang berkeinginan memperoleh produk baik berupa barang maupun jasa secara eceran. Dalam konteks ini, penjual berperan sebagai distributor utama dengan keahlian pemasaran yang menjadi fokus utama, bukan sebagai agen.

Menurut Gilbert (dalam Purwadisastra, 2021) bisnis ritel melibatkan segala usaha yang secara langsung mengarahkan kapabilitas pemasaran untuk memenuhi kebutuhan konsumen akhir, di mana organisasi penjualan dan pelayanan menjadi inti dari sistem distribusi. Dalam konteks ini, upaya bisnis ritel tidak hanya terfokus pada penjualan produk tetapi juga menekankan pentingnya organisasi penjualan dan layanan sebagai bagian utama dari sistem distribusi. Sedangkan Fauza (2017) mengatakan melibatkan segala aktivitas bisnis yang terkait dengan penjualan produk dan layanan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, atau rumah tangga mereka. Dalam hal ini, bisnis ritel bertujuan untuk menyediakan produk dan layanan yang memenuhi kebutuhan konsumen individu, keluarga, atau rumah tangga.

Ritel Modern

Ritel modern tidak hanya menawarkan ketersediaan barang, melainkan juga memiliki kemampuan untuk memenuhi aspek psikologis konsumen, seperti keamanan, kenyamanan, dan kebersihan. Dalam konteks ini, keunggulan dari bisnis ritel modern tidak hanya terbatas pada produk yang tersedia tetapi juga pada pengalaman konsumen yang menyeluruh. Menurut Purnama (2021) ritel modern menyediakan akses langsung kepada konsumen akhir dengan kepemilikan yang bisa dimiliki oleh individu atau kelompok perusahaan besar dengan jenis meliputi minimarket, supermarket, dan hypermarket. Ritel modern menciptakan lingkungan yang aman, memberikan kenyamanan selama berbelanja, dan menjaga standar kebersihan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (Muharram & Juliandra, 2018). Ritel modern tidak hanya menjadi tempat untuk mendapatkan barang, tetapi juga menjadi destinasi yang memperhatikan dan memenuhi kebutuhan psikologis konsumen.

Menurut Jain (2008) ritel modern sebagai kegiatan bisnis yang melibatkan penjualan barang dan jasa langsung kepada konsumen akhir, dengan penekanan pada penggunaan teknologi informasi dan sistem manajemen untuk meningkatkan efisiensi operasional. Ritel modern mencakup semua aktivitas yang terlibat dalam penjualan

barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi atau rumah tangga, dan biasanya melibatkan operasi ritel yang bersifat modern dan inovatif (Zentes et al., 2007; Chaniago and Efawati, 2022).

Dengan demikian, ritel modern mencakup kegiatan penjualan barang atau jasa kepada konsumen akhir dengan menggunakan saluran distribusi dan teknologi modern, baik itu dalam bentuk toko fisik maupun platform online, dengan mencerminkan perubahan adaptasi dalam dunia ritel seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen.

Kepuasan Konsumen

Menurut Philip Kotler (dalam Maulana, 2007) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja produk atau layanan yang diterima dengan harapan mereka. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen akan merasa puas. Dalam usaha untuk memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan harus memiliki ketelitian dalam memahami perubahan kebutuhan dan preferensi konsumen yang berubah hampir setiap waktu. Pembeli akan melakukan pergeseran setelah membentuk persepsi terhadap nilai penawaran, dan tingkat kepuasan pasca-pembelian mereka akan bergantung pada sejauh mana kinerja penawaran tersebut memenuhi atau bahkan melampaui harapan mereka (Setiawan et al., 2019). Sedangkan menurut Dwitama et al. (2022) tingkat kepuasan pelanggan mencerminkan respons atau penilaian pelanggan terhadap konsumsi produk, yang dapat memenuhi harapan yang telah terbentuk dalam pikiran pelanggan.

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi sejauh mana pelanggan atau pengguna suatu produk atau layanan merasa puas, dengan hal itu para pemasar menyadari bahwa menjaga pelanggan yang sudah ada lebih menguntungkan daripada mencari pelanggan baru sebagai penggantinya (Firmansyah, 2018). Menurut Rohman & Suji'ah (2021) kepuasan konsumen tidak hanya penting untuk menjaga kelangsungan perusahaan, tetapi juga meningkatkan daya saing, konsumen yang puas cenderung melakukan pembelian ulang, yang merupakan porsi besar dari penjualan perusahaan. Oleh karena itu, memuaskan kebutuhan konsumen menjadi strategi kunci untuk mempertahankan dan meningkatkan performa perusahaan dalam persaingan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang menjadi fokus penelitian mencakup seluruh masyarakat di wilayah Bandung Raya. Pengambilan sampel dari populasi tersebut dilakukan melalui metode *purposive sampling*, yang berarti pemilihan sampel didasarkan pada pertimbangan atau kriteria tertentu (Komala, 2017). Penelitian ini memilih responden dari masyarakat Bandung Raya yang pernah melakukan pembelian melalui Aplikasi Alfagift. Jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini mencapai 103 orang. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebarluaskan melalui Google Formulir.

Variabel yang menjadi fokus penelitian ini mencakup ritel modern melalui aplikasi Alfagift sebagai variabel independen, sedangkan kepuasan konsumen menjadi variabel dependen. Data yang terkumpul dari kuesioner disusun dan dianalisis menggunakan berbagai metode, seperti analisis frekuensi, analisis faktor, analisis normalitas data, dan analisis regresi linear sederhana, menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27. Analisis ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami sejauh mana

dampak aplikasi Alfagift dalam konteks ritel modern terhadap tingkat kepuasan konsumen, dengan merinci temuan berdasarkan data yang terhimpun melalui kuesioner.

HASIL PENELITIAN

Demografi Respon

Berikut ini merupakan ringkasan dari data demografi sebanyak 103 responden :

Tabel 1 Demografi Responden

Keterangan	Demografi	Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin	Pria	30	29%
	Wanita	73	71%
Usia	<20	22	21%
	20-25	80	78%
	>25	1	1%
Domisili	Kabupaten Bandung	12	12%
	Kabupaten Bandung Barat	23	22%
	Kota Bandung	49	48%
	Kota Cimahi	19	18%
Penghasilan Rata-Rata Perbulan	< Rp 500.000,-	26	25%
	Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000,-	28	27%
	Rp 500.000 - Rp 1.000.000,-	34	33%
	> Rp 2.500.000,-	15	15%
Pernah melakukan pembelian di Alfagift	Ya	103	100%
	Tidak	0	0%

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas berkaitan dengan kemampuan alat ukur untuk mengukur dengan tepat apa yang dimaksud, sedangkan reliabilitas mencakup keakuratan dan ketepatan alat ukur. Tingkat validitas yang tinggi menunjukkan bahwa instrumen pengukur dapat secara benar menjalankan fungsi pengukurannya dan menghasilkan data sesuai dengan tujuan pengukuran (Chaniago et al., 2023). Sebuah alat ukur dianggap valid dan reliabel jika nilai r yang dihitung melebihi nilai r tabel yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini, kriteria validitas adalah r tabel >0,5, dan untuk reliabilitas, digunakan nilai Cronbach Alpha >0,6. Berikut adalah hasil uji validitas dan reliabilitas yang diperoleh.

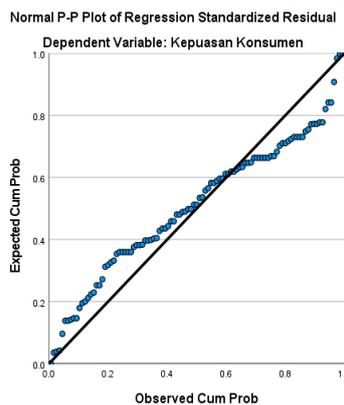
Tabel 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel/ standar	Keterangan	Cronbach Alpha
Ritel Modern Aplikasi Alfagift	X1	0.755	0.5	Valid	0.885
	X2	0.796	0.5	Valid	0.880
	X3	0.670	0.5	Valid	0.894
	X4	0.794	0.5	Valid	0.881
	X5	0.792	0.5	Valid	0.881
	X6	0.793	0.5	Valid	0.881
	X7	0.824	0.5	Valid	0.878
	X8	0.672	0.5	Valid	0.891

	X9	0.568	0.5	Valid	0.898
Kepuasan Konsumen	Y1	0.771	0.5	Valid	0.893
	Y2	0.800	0.5	Valid	0.891
	Y3	0.777	0.5	Valid	0.892
	Y4	0.657	0.5	Valid	0.900
	Y5	0.692	0.5	Valid	0.898
	Y6	0.738	0.5	Valid	0.895
	Y7	0.713	0.5	Valid	0.897
	Y8	0.769	0.5	Valid	0.893
	Y9	0.729	0.5	Valid	0.898
	Y10	0.740	0.5	Valid	0.896

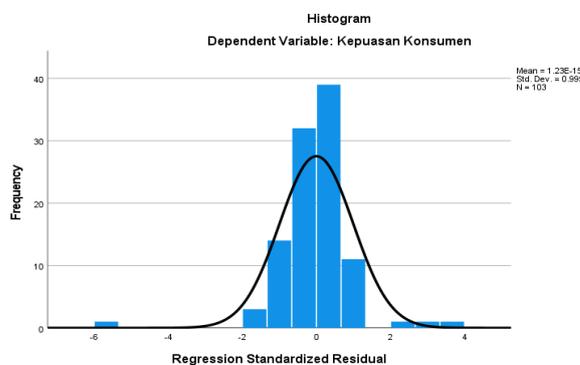
Hasil Uji Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan untuk menilai apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi mengikuti distribusi normal. P-Plot digunakan sebagai alat visualisasi untuk memperlihatkan bentuk distribusi data. Indikasi distribusi normal dapat dilihat dari sejauh mana penyebaran data mengikuti garis diagonal pada grafik P-Plot. Jika titik-titik data cenderung berada dekat atau mengikuti pola garis diagonal, dapat disimpulkan bahwa nilai residual memiliki distribusi yang mendekati normal.



Grafik 1 P-Plot

Selain memanfaatkan P-Plot, evaluasi normalitas juga dapat dilakukan melalui analisis grafik histogram. Jika bentuk histogram menunjukkan pola lonceng (bell-shaped), tanpa kecondongan signifikan ke kiri atau ke kanan, hal ini menunjukkan bahwa distribusi data memiliki sifat normal.



Grafik 2 Histogram

Hasil Analisis Regresi Sederhana

Tabel 3 Analisis Regresi Sederhana

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.746 ^a	.556	.552	4.698
a. Predictors: (Constant), RITEL MODERN APLIKASI ALFAGIFT				

Hasil analisis regresi sederhana mendapatkan koefisien determinasi (R Square) yang digunakan untuk mengukur pengaruh hubungan antara Ritel Modern Aplikasi Alfagift (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi yang didapat sebesar 0.556. Dari hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa ada 55.6% penerapan ritel modern aplikasi alfagift dipengaruhi oleh kepuasan konsumen. Sedangkan sisanya yaitu 44.4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Tabel 4 Koefisien Variabel

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.193	2.985		2.410	0.018
	RITEL MODERN APLIKASI ALFAGIFT	0.907	0.081	0.746	11.244	0.000
a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN						

Hasil analisis mendapat nilai koefisien dari setiap variabel. Kesimpulan yang dapat diambil nilai konstanta yang diperoleh sebesar 7.193, artinya apabila ritel modern aplikasi alfagift tidak ada maka nilai kepuasan konsumen sebesar 7.193. Lalu, dapat dilihat juga nilai koefisien regresi ritel modern aplikasi alfagift sebesar 0.746 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 yang mana lebih kecil dari 0.05 sehingga ritel modern aplikasi alfagift berpengaruh signifikan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Sehingga, berdasarkan hal tersebut diperoleh nilai koefisien variabel menghasilkan persamaan sebagai berikut.

$$Y = 7.193 + 0.746X$$

Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis akan diterima jika nilai signifikansi pada uji t kurang dari 0.05, sementara hipotesis akan ditolak jika signifikansi lebih besar dari 0.05. Uji t ini digunakan untuk menilai sejauh mana variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dalam hubungan keduanya. Berdasarkan analisis menggunakan regresi linear sederhana, dapat disimpulkan bahwa uji hipotesis mengenai pengaruh penerapan ritel modern melalui aplikasi Alfagift terhadap kepuasan konsumen menunjukkan nilai signifikan. Variabel ritel modern aplikasi Alfagift (X) sebesar 0.746, dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, menunjukkan bahwa penerapan ritel modern melalui aplikasi Alfagift secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh penerapan aplikasi alfagift terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penerapan ritel modern aplikasi alfagift terhadap kepuasan konsumen. Hasil analisis menyatakan bahwa total pengaruhnya sebesar 55,6% termasuk dalam kriteria yang cukup kuat dengan dampak yang signifikan. Sesuai dengan pengertian dari ritel modern mencakup kegiatan penjualan barang atau jasa kepada konsumen akhir dengan menggunakan saluran distribusi dan teknologi modern yang menumbuhkan kepuasan konsumen, maka Aplikasi Alfagift berhasil menjalankan bisnis ritel modern dengan baik.

Sebagai ritel alfagift yang berdiri sejak tahun 2015, Alfagift menjadi salah satu ritel modern yang memuaskan konsumen dalam melakukan pembelian, penyediaan barang yang lengkap, kemudahan navigasi, kemudahan penggunaan pemakaian, ketepatan pengiriman waktu dan diskon pembelian. Hasil analisis penelitian menyatakan bahwa terdapat faktor lain mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 44,4%, yang tidak dibahas dalam penelitian ini mengenai faktor-faktor lainnya. Namun sebesar 55,6% telah menyatakan bahwa penerapan ritel modern aplikasi alfagift berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, selain itu dipengaruhi oleh sebab lain yang mana hal ini didapatkan dari nilai koefisien determinasi atau R Square sebesar 0.556 melalui analisis regresi sederhana.

Hasil penelitian yang dilakukan memiliki kesamaan dengan penelitian sebelumnya dari Artha & Sardi (2020) ritel berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Sehingga untuk meningkatkan loyalitas konsumen dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kepuasannya dalam melakukan pembelian. Selain itu, penelitian dari Agustini (2023) aplikasi alfagift berpengaruh terhadap peningkatan penjualan. Namun belum ada penelitian ritel modern alfagift yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sehingga tidak ada data yang dapat dibandingkan maupun diakumulasikan mengenai hasil penelitiannya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penerapan ritel modern melalui aplikasi Alfagift memiliki dampak positif terhadap kepuasan konsumen di wilayah Bandung Raya. Analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa sekitar 55.6% kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh penerapan ritel modern Alfagift. Uji hipotesis menegaskan adanya pengaruh yang signifikan antara ritel modern aplikasi Alfagift sebagai variabel independen dan kepuasan konsumen sebagai variabel dependen. Penelitian ini memberikan kontribusi penting terkait pengaruh positif Alfagift dalam memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Alfagift tidak hanya menyediakan platform belanja yang efisien, tetapi juga memberikan berbagai kemudahan dan insentif, seperti opsi pembayaran yang fleksibel, program poin dan cashback.

Saran

Sebagai saran untuk penelitian selanjutnya untuk mengeksplorasi pesaing dari industri ritel modern lainnya atau aplikasi serupa untuk mengevaluasi keunggulan dan kelebihan Alfagift secara lebih mendalam. Selain itu, dapat diperluas cakupan sampel responden agar hasil penelitian dapat lebih representatif dari berbagai lapisan masyarakat, demografi

dan dapat memperluas fokusnya untuk mencakup persepsi konsumen terhadap keamanan serta privasi dalam berbelanja online.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, P. (2023). Analisis Peran Aplikasi Alflagift Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Palembang (Studi Kasus Toko Alfamart Cabang Mayor Ruslan). 27–40.
- Anggraeni, S. N. (2023). *International Journal Administration , Business & Organization*. 4(1), 12–21.
- Artha, T., & Sardi, S. (2020). Pengaruh Bauran Ritel Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen. 22(1), 105–113.
- Chaniago, H., Muharam, H., & Efawati, Y. (2023). Metode Riset Bisnis Dan Pemodelan. Kabupaten Bandung Barat: Edukasi Riset Digital.
- Chaniago, H., Mulyawan, I., Suhaeni, T., Jumiyan, R., Niaga, J. A., & Bandung, P. N. (2019). Faktor Kunci Keberhasilan Ritel Modern Di Indonesia. 7(2), 201–208.
- Harmon Chaniago and Yen Efawati. (2022). The implementation of integrated marketing communication on retail business: Moslem consumers' perceptions. *International Journal of Business and Globalisation*, Vol. 30, No. 2. pp 187-206. <https://doi.org/10.1504/IJBG.2022.122664>
- Dwitama, A., Panggabean, P., & Fadhillah, M. F. (2022). *International Journal Administration , Business & Organization*. 3(3), 30–45.
- Fauza, M. (2017). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Eksistensi Ritel Tradisional Dalam Menghadapi Ritel Modern Di Kecamatan Medan Amplas. 1–127.
- Firmansyah, M. A. (2018). Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Deepublish.
- Jain, N. (2008). Retail Management: A Realistic Approach. Global India Publications Pvt. Limited. https://books.google.co.id/books?id=7v2lb_Dd0zkc
- Komala, R. D. (2017). Tinjauan Implementasi Personal Selling Pada Pt. Astra Internasional Daihatsu Astra Biz Center Bandung Pada Tahun 2017. 1.
- Maulana, A. S. (2007). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt . Toi.
- Muharram, M. S., & Juliandra. (2018). Pengaruh Lingkungan Fisik Dan Hedonic Shopping Value Terhadap Pembelian Tidak Direncanakan Di Giant Express Cilegon. 8, 116–128.
- Nurma, S. N., & Luthman, A. Y. (2018). Analisis Perbandingan Persepsi Konsumen Mengenai Store Atmosphere Pada Ritel Modern Dan Ritel Konvensional.
- Purnama, T. C. (2021). *International Journal Administration , Business & Organization*. 2(2), 20–32.
- Purwardisastra, D. (2021). Strategi Ritel Konvensional Modern Dalam Menghadapi Persaingan Pada Masa Pandemi Covid 19. 8(1).
- Rachmawati, D. (2023). Kinerja Ritel Modern 2023 Diproyeksikan Tumbuh 4,2%. *Ekonomi Bisnis.Com*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20231116/12/1714800/kinerja-ritel-modern-2023-diproyeksikan-tumbuh-42>
- Rohman, M. L. N., & Suji'ah, U. (2021). Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Pelayanan Rumah Makan Griya Dahar Mbok Sum. 5(2), 64–76.
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. 9(2), 114–126.
- Soliha, E. (2008). Analisis Industri Ritel Di Indonesia. 15(2), 128–143.
- Zentes, J., Morschett, D., & Schramm-Klein, H. (2007). *Strategic Retail Management: Text And International Cases*. Gabler Verlag. <https://books.google.co.id>