

**IMPLEMENTASI STRATEGI *RELATIONSHIP MARKETING***

**DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADATOKOBUKU**

**NEW BOOK STORE UMM KOTA MALANG**

**SCRIPTPRENEUR**



**OLEH**

**LISA NA'ILUL MUNA**

**202110080311026**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INDONESIA**

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**MARET 2025**

**IMPLEMENTASI STRATEGI *RELATIONSHIP MARKETING***

**DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO BUKU**

**NEW BOOK STORE UMM KOTA MALANG**

**SCRIPTPRENEUR**

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana**

**Pendidikan Bahasa Indonesia**



**OLEH**

**LISA NA'ILUL MUNA**

**202110080311026**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INDONESIA**

**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**MARET 2025**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Scriptpreneur dengan judul “Implementasi Strategi *Relationship Marketing* dalam Meningkatkan Penjualan pada Toko Buku New Book Store UMM Kota Malang” ini telah disetujui oleh dosen pembimbing pada tanggal 13 Maret 2025.

**Pembimbing I,**



**Fida Pangesti, S.Pd., M.A**

## LEMBAR PENGESAHAN

Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
Prodi Pendidikan Bahasa Indonesia  
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Muhammadiyah Malang

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan Bahasa Indonesia  
Tanggal 13 Maret 2025

Mengesahkan,

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas Muhammadiyah Malang

  
Prof. Dr. Irisakti Handayani, M.M.

Dewan Penguji

- |    |             |                             |
|----|-------------|-----------------------------|
| 1) | Penguji I   | Arif Setiawan, M. Pd        |
| 2) | Penguji II  | Drs. Gigit Mujiyanto, M. Si |
| 3) | Penguji III | Fida Pangesti, S. Pd., M. A |



## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lisa Na'ilul Muna  
NIM : 202110080311026  
Prodi : Pendidikan Bahasa Indonesia  
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Universitas : Universitas Muhammadiyah Malang

Menyatakan:

1. Tugas akhir dengan judul “Implementasi Strategi *Relationship Marketing* dalam Meningkatkan Penjualan pada Toko Buku New Book Store UMM Kota Malang” adalah hasil karya sendiri dan dalam naskah ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun seluruhnya, kecuali yang secara tertulis dikutip ndalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.
2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIAT, saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTI NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 13 Maret 2025

Yang menyatakan,

  
Lisa Na'ilul Muna

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan.....	5
1.4 Manfaat.....	5
1.5 Definisi Operasional .....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	8
2.1 Pemasaran.....	8
2.2 Strategi Pemasaran .....	10
2.2.1 Hakikat Strategi Pemasaran .....	10
2.2.2 Jenis-jenis Strategi Pemasaran .....	11
2.3 Relationship Marketing .....	17
2.3.1 Hakikat Relationship Marketing.....	18
2.3.2 Dampak Strategi Relationship Marketing .....	21
2.3.3 Kendala dan Solusi Strategi Relationship Marketing.....	24
2.4 Penjualan .....	26
2.5 Toko Buku dan Industri Perbukuan.....	27
BAB III METODE PENELITIAN .....	30
3.1 Jenis Penelitian .....	30
3.2 Pendekatan Penelitian.....	30
3.3 Lokasi Penelitian .....	30
3.4 Sumber Data dan Data.....	34

3.5	Instrumen Penelitian .....	35
3.6	Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.7	Teknik Analisis Data .....	37
3.8	Pengecekan Keabsahan Data .....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		40
4.1	Hasil Penelitian .....	40
4.1.1	Implementasi Strategi Relationship Marketing .....	40
4.1.2	Dampak Strategi Relationship Marketing .....	48
4.1.3	Kendala dan Solusi Strategi Relationship Marketing .....	52
4.2	Pembahasan .....	56
4.2.1	Implementasi Strategi Relationship Marketing .....	57
4.2.2	Dampak Strategi Relationship Marketing .....	64
4.2.3	Kendala dan Solusi dari Strategi Relationship Marketing .....	68
BAB V PENUTUP .....		74
5.1	Kesimpulan .....	74
5.2	Saran .....	75
DAFTAR PUSTAKA .....		76
LAMPIRAN .....		84
BIODATA PENULIS .....		92



## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Divisi Kerja dan Tugas.....	33
Tabel 3. 2 Klasifikasi Informan.....	34
Tabel 3. 3 Kodifikasi Data.....	37



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Toko .....	32
Gambar 4. 1 Pelayanan Pelanggan .....	44
Gambar 4. 2 Penggunaan Teknologi Media Sosial.....	46



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara.....	84
Lampiran 2 Pedoman Observasi.....	90
Lampiran 3 Dokumentasi Relationship Marketing.....	91



## DAFTAR PUSTAKA

- Achjar, K. A. H., Rusliyadi, M., Zaenurrosyid, A., Rumata, N. A., Nirwana, I., & Abadi, A. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif: Panduan Praktis untuk Analisis Data Kualitatif dan Studi Kasus*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- ALAWI-NIM, A. Z. (2010). *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Advertising Paid To Click (PTC) Dan Paid To Read (PTR)* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta).
- Almira, A., & Sutanto, J. E. (2018). Pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian maison nob. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 3(2), 250-259.
- Amalia, N. R., Yulianti, F., & Kadir, A. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Cafe Bree Sweetandfreeze Banjarmasin (Menggunakan Analisis SWOT). *Jurnal Rimba: Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 41-48.
- Amirudin, R. E. (2012). Penerapan Tujuh Dimensi Pemasaran Dalam Entrepreneur Marketing Di Indonesia. *Kajian ilmiah mahasiswa manajemen*, 1(5).
- Ananda, T. A., Dewi, N. K., & Saleh, M. Z. (2023). Fenomena perubahan strategi pemasaran dalam menghadapi tantangan di era digital. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(4), 98-107.
- Andriani, A. D., & Kamaruddin, S. A. (2024). Pemasaran. Inovasi dan Kreativitas dalam Ekonomi, 7(1)
- Anitah, S. (2007). Strategi pembelajaran. *Jakarta: Universitas Terbuka*, 1.
- Arifah, N. P., & Mustikarini, C. N. (2016). Paid promote sebagai media promosi produk Delicy dalam meningkatkan konsumen potensial. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 1(3), 307-313.
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., & Bancin, J. B. B. (2023). Manajemen Pemasaran.
- Arrafi, S. Y. (2018). *Strategi Pemasaran Produk Funding di Bank Muamalat Cabang Pembantu Magelang* (Doctoral dissertation, IAIN SALATIGA).
- Ashshidiqy, N., & Ali, H. (2019). Penyelarasan Teknologi Informasidengan Strategi Bisnis. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(1), 51-59.
- Astuti, W. D., & Kaligis, R. A. W. (2021). Pengaruh Promosi Buku Penerbit Mediakita di Instagram terhadap Proses Keputusan Pembelian Generasi Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(1), 19-34.
- Aulia, R. U., Harianto, H., & Novianti, T. (2019). Analisis posisi pasar indonesia pada pasar refined palm oil (rpo) di negara importir. *Jurnal Penelitian kelapa sawit*, 27(1), 1- 12.
- Ayu, W. R. (2020). *strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan pada toko bag corner ponorogo* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Azhari, F., & Ali, H. (2024). Peran Inovasi Produk, Strategi Pemasaran, dan Kualitas Layanan terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 2(2), 72-81.
- Birgithri, A., Syafira, T., Louise, N., Birgithri, A., Syafira, T., & Louise, N. (2024). Analisis Strategi Pemasaran UMKM untuk Meningkatkan Pertumbuhan

- Bisnis di Era Digital. *Technomedia Journal*, 9(1), 117-129.
- Borneo, K., & FERDINAND, A. T. (2011). *Pengaruh implementasi relationship marketing terhadap loyalitas konsumen pada produk oli pelumas PT Pertamina (PERSERO) Enduro 4T* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Bulele, E. Y. (2016). Analisis Pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanan Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Buku Gramedia Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(3).
- Callista, J., Wong, C., Andreani, F., & Aprilia, A. (2024). Pengaruh Advertising Value, Hedonic Browsing, dan Impulsive Buying pada Iklan Makanan di Media Sosial Instagram. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(2), 95-106.
- Ciamas, W. S., Ciamas, E. S., Lisa, L., Hutabarat, F. A., & Sulaiman, F. (2021, November). Harga sebagai Komponen Marketing Mix Terhadap Penjualan di PT Bale Dipa Aruna (Perumahan Medan Resort City), Medan. In *Seminar Nasional Sains dan Teknologi Informasi (SENSASI)* (Vol. 3, No. 1, pp. 496-500).
- Darsana, I. M., Rahmadani, S., Salijah, E., Akbar, A. Y., Bahri, K. N., Amir, N. H., ... & Nugroho, A. (2023). *Strategi pemasaran*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Djatnika, T., & Gunawan, A. I. (2021). Perspektif adopsi media sosial sebagai implementasi teknologi manajemen hubungan pelanggan (crm) pada umkm. *Bhakti Persada Jurnal Aplikasi IPTEKS*, 7(2), 78-87.
- Estefany, N. V., & Latifah, F. N. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran Syariah UMKM Kampung Pia Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 5(1), 181-195.
- Farhat, L., Marnas, M., & Daeng, A. W. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Pada Toko Buku Hottong Jambi. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 2(12), 2565-2578.
- Fasa, M. I., Febrianty, A., Khoerulloh, K., Arisa, A., Utami, W., Santoso, I. R., ... & Haerany, A. (2020). *Eksistensi BISNIS ISLAMIS di era revolusi industri 4.0*. Penerbit Widina.
- Fatmariyah, F., Ritonga, I., Latifah, L., & Fathor, A. S. (2021). *Praktek Relationship Marketing dalam Menciptakan Loyalitas pada Perbankan Syariah Indonesia: Systematic Literature Review*. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 14-26.
- Fatoni, A. (2022). Pengaruh Ketidakpastian Ekonomi Terhadap Stabilitas Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2903-2909.
- Fawaiz, A. (2024). Kepuasan Masyarakat: Perubahan Minat Beli Konsumen Terhadap Manajemen Bisnis Online. *MASMAN Master Manajemen*, 2(4), 136-154.
- Faza, V. M., Setyowati, A., & Utomo, B. (2021). Peran Sistem Pengendalian Manajemen dalam Penerapan Strategi Relationship Marketing Azizah Konveksi di Desa Jatirunggo Kec. Pringapus. *Jurnal Manajemen dan Profesional*, 2(1), 1-11.
- Fitriyani, A., & Mardhiyah, D. (2017). Analisis Pengaruh Program Cause-related Marketing terhadap Citra Perusahaan, Brand Attractiveness dan

- Keputusan Pembelian Konsumen. *Simposium II UNIID 2017*, 2(1), 153-158.
- Fradito, A., Sutiah, S., & Mulyadi, M. (2020). Strategi pemasaran pendidikan dalam meningkatkan citra sekolah. *Al-Idarah: Jurnal Kependidikan Islam*, 10(1), 12- 22.
- Gobel, M. (2013). Analisis efisiensi biaya operasional melalui pengelolaan tunjangan makan dan jaminan pemeliharaan kesehatan pada perusahaan jasa outsourcing. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4).
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171-180.
- Hafizh, K., Saryadi, S., & Nugraha, H. S. (2023). The Influence of Social Media Marketing, E-Price and E-Product Diversity on E-Decision Using Tokopedia in Semarang City. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(3), 798-806.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi. Pascal Books.
- Harahap, N. (2020). Penelitian kualitatif.
- Harisantoso, J. (2013). Pengukuran kinerja dosen melalui EKD (Evaluasi Kinerja Dosen) STKIP PGRI Situbondo berdasarkan persepsi mahasiswa. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 1(1), 21-32.
- Harmi, O. (2023). Transformasi digital di bidang kesehatan: analisis dampak inovasi digital di puskesmas kabupaten bogor tahun 2022. *BINA: Jurnal Pembangunan Daerah*, 1(2), 220-234.
- Hasan, G., Lim, J., Fernandes, N., & Eddison, T. (2023). Analisa penerapan manajemen hubungan pelanggan pada UMKM MM. Gemini di Kota Batam. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(1), 747-752.
- Hindun, H. (2015). Perencanaan strategis dan prilaku manajerial lembaga-lembaga pendidikan. *Al-Fikrah: Jurnal Kependidikan Islam IAIN Sulthan Thaha Saifuddin*, 6, 56645.
- Ilmiyah, L., Khotimah, H., Aryani, N. R., & Ps, A. M. B. K. (2021). Problematika Pembelajaran PAI Di Daerah Terpencil: Studi Atas Keterbatasan Sumber Daya Manusia. *Tarbiyah Islamiyah: Jurnal Ilmiah Pendidikan Agama Islam*, 11(1), 31- 40.
- Indriyani, I., Wiranata, I. P. B., & Hiu, S. (2024). Strategi peningkatan efisiensi operasional UMKM di era digital: Pendekatan kualitatif dengan Business Intelligence dalam implementasi e-commerce. *Informatics for Educators and Professional: Journal of Informatics*, 9(1), 23-32.
- Iqtafa, F. S. (2024). Implementasi Relationship Marketing Pada Pelanggan E-commerce PT Ayo Menebar Kebaikan (Jujura. Id).
- Irmayani, I. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Buku Gramedia Kota Mataram (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Mataram).
- Irsyad, F. R., Siregar, F. A., Marbun, J., & Hasyim, H. (2024). Menghadapi Era Baru: Strategi Perbankan Dalam Menghadapi Perubahan Pasar Dan Teknologi

- Di Indonesia. *Transformasi: Journal Of Economics And Business Management*, 3(2), 29- 46.
- Isnaini, T. P., Putra, S. S., & Digidowiseiso, K. (2023). Pengaruh Social Media Influencer, Instagram Paid Advertising, dan Content Marketing Terhadap Minat Beli Produk MS Glow pada Mahasiswa Universitas Nasional. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 9006-9016.
- Istiqomah, N. H. (2023). Transformasi Pemasaran Tradisional ke e-Marketing: Tinjauan Literatur tentang Dampak Penggunaan Teknologi Digital terhadap Daya Saing Pemasaran Bisnis. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 4(2), 72-87.
- Jasmanidar, I. W., & Masyhudi, F. (2023). Dinamika Pendidikan Islam Masa Daulah Abbasiyah dan Peranannya dalam Perkembangan Pendidikan. *Journal of International Multidisciplinary Research*, 1(2), 526-535.
- Jumawan, J., Saputra, F., & Prabowo, P. B. (2023). Determinasi Pelatihan Florist dan Kualitas Pelayanan Kewirausahaan Pada Kejutbypugo Kota Bekasi. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(4), 216-227.
- Jumawan, J., Saputra, F., & Prabowo, P. B. (2023). Determinasi Pelatihan Florist dan Kualitas Pelayanan Kewirausahaan Pada Kejutbypugo Kota Bekasi. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(4), 216-227.
- Kandou, H. A., KALANGI, J. A., & Rogahang, J. J. (2017). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Di Pt. Bank Mandiri Kc. Dotulolong Lasut Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Kanita, M. (2019). Strategi promosi dalam meningkatkan volume penjualan buku penerbit Erlangga di Kota Palangka Raya (Doctoral dissertation, IAIN Palangka Raya).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). Strategi Pemasaran. *Preshallindo, Jakarta*.
- Lay, C. L., Gunawan, I., Abednego, F., & Natasha, S. (2021). Pengaruh Cause Related Marketing Terhadap Trust In Cause Related Marketing Dan Brand Loyalty. *Jurnal E-Bis*, 5(2), 409-424.
- Lazuardi, D., Rinaldi, M., & Shinta, S. (2023). The Analysis of The Influence of Digital Marketing and Product Diversity on The Success of E-Commerce Business. *Outline Journal of Management and Accounting*, 6-15.
- Listyawati, I. H. (2013). Implementasi Relationship Marketing Sebagai Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(2).
- Mahfud, Y., & Anwar, C. (2022). Strategi Guerilla Marketing Amazone Laundry Dalam Makbul, M. (2021). Metode pengumpulan data dan instrumen penelitian.
- Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. (2021). Peranan Sistem Informasi Persediaan terhadap Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kegunaan Yang Dirasakan, dan Kepuasan Pengunjung Toko Buku. *Realible Accounting Journal*, 1(1), 43-57.
- Martiwi, R. (2021). Implementasi Relationship Marketing dalam Industri Pariwisata dan Perhotelan. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(1), 21-28.

- Maulana, Y. S., & Alisha, A. (2020). Inovasi produk dan pengaruhnya terhadap minat beli konsumen (Studi kasus pada Restoran Ichi Bento Cabang Kota Banjar). *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(1), 86-91.
- Melati, R., & Sadeli, A. H. (2017). Relationship Marketing dan Jaringan Nilai di Koperasi Pertanian (Studi Kasus di Koperasi Pertanian Gerbang Emas di Desa Cibodas, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat). *DeReMa: Jurnal Manajemen*, 12(2), 227-242.
- Mengakuisisi Pelanggan. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 3(2), 219-230.
- Muhamad, Y. (2012). Penerapan Segmentasi Pasar, Penargetan, Dan Positioning Pada Perusahaan Jasa Asuransi Umum PT Binagriya Upakara Cabang Surakarta.
- Mulyana, M. (2019). Segmentasi pasar, penargetan pasar dan pemosisian.
- Mulyani, D. S., & Martilova, N. (2024). Peranan Relationship Marketing pada Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Tabungan IB Haji di PT Bank KB Bukopin Syariah Cabang Bukittinggi. *ALSYS*, 4(3), 196-204.
- Nabila, L. N., Utama, F. P., Habibi, A. A., & Hidayah, I. (2023). Aksentuasi literasi pada gen- z untuk menyiapkan generasi progresif era revolusi industri 4.0. *Journal of Education Research*, 4(1), 28-36.
- Nasution, W. N. (2017). Strategi pembelajaran.
- Nikmah, N. R. (2017). Hubungan Relationship Marketing, Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty. *Competence: Journal of Management Studies*, 11(2).
- Pamungkas, B. A., & Zuhroh, S. (2016). Pengaruh promosi di media sosial dan word of mouth terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal komunikasi*, 10(2), 144-158.
- Pradita, K. K., Manullang, R. R., & Mulyani, H. T. S. (2023). Analisis Pengaruh Marketing MIX (7P) Terhadap Minat Beli Ulang Pada Toko Buku Gramedia Pangkalpinang. *JURNAL PROGRESIF MANAJEMEN BISNIS*, 10(2), 197-202.
- Prasetya, V. A., Widayanto, W., & Waloejo, H. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT PLN (Persero) Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 694-700.
- Prasojo, R., Utami, Y. R. W., & Vulandari, R. T. (2019). Implementasi K-Means Clustering Pada Pengelompokan Potensi Kerjasama Pelanggan. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIKOMSiN)*, 7(2).
- Putri, D. (2024). Strategi Inovasi Produk Dari Biji Kopi Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Berdasarkan Teori SWOT di Coffee Shop Tovi Kohi di Kota
- Qomaro, G. W., Nasrulloh, N., Havidia, L. W., & Anggraeni, D. A. R. D. (2024). Observasi Partisipatif dalam Pencegahan Demam Berdarah Dengue di Desa Gili Anyar Bangkalan. *Keris: Journal of Community Engagement*, 4(1), 64-74.
- Rachmawaty, A. (2021). Optimasi media sosial dalam meningkatkan penjualan di masa pembatasan sosial berskala besar. *TEMATIK*, 8(1), 29-44.

- Rafiuddin, R., Nurmaesyarah, N., & Husniah, D. (2023). Analisis Strategis Menciptakan Nilai, Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Produk Utamart Kec. Langgudu. *J- ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 6(1), 11-20.
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El- Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213-223.
- Riani, N. K. (2021). Strategi peningkatan pelayanan publik. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(11), 2443-2452.
- Rizaldi, T., & Putranto, H. A. (2018). Penerapan digital marketing sebagai strategi marketing dan branding pada UMKM. Prosiding.
- Saflitha, W., Wahyuni, S., & Siregar, A. H. (2023). Membangun Minat Baca Anak Usia Dini Dengan Menggunakan Buku Cerita Bergambar. *Integrasi: Jurnal Studi Islam dan Humaniora*, 1(3), 153-166
- Santiko, I., & Albana, I. (2023). Strategi Peningkatan Kemampuan Marketing Melalui Sosial Santoso, L. R. (2015). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Koran Kompas Di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1-11. Media Pada UMKM Bangkit Wilayah Banyumas. *Journal of Sustainable Communities and Development*, 1(1), 1-10
- Santoso, R. P., Irawati, W., & Laili, C. N. (2024). Literature Review: Implementasi Strategi Relationship Marketing Dalam Meningkatkan Kinerja Manajemen Pemasaran. *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 6(3), 409- 416.
- Santoso, R. P., Irawati, W., & Laili, C. N. (2024). Literature Review: Implementasi Strategi Relationship Marketing Dalam Meningkatkan Kinerja Manajemen Pemasaran. *BIMA: Journal of Business and Innovation Management*, 6(3), 409-416.
- Saprijal, M. (2014). Strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan (studi pada s- mart swalayan pasir pengaraian). *Cano Ekonomos*, 3(1), 41-56.
- Saputra, M. H., & Ariningsih, E. P. (2014). Masa Depan Penerapan Strategi Relationship Marketing Pada Industri Jasa Perbankan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis SEGMEN*, 10(1).
- Sari, A. W. (2016). Pentingnya Ketrampilan Mendengar dalam Menciptakan Komunikasi yang Efektif. *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 2(1).
- Sari, F. P., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh harga citra merek dan word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(6).
- Sari, N. R. S. N., & Budhy, A. (2014). Internet Marketing Dan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Universitas Sebelas Maret*.
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian pada toko online Bukalapak. com. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 3(01), 96-106.
- Sari, S. P. (2020). Strategi meningkatkan penjualan di era digital. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 3(3), 291-300.
- Sarosa, S. (2021). *Analisis data penelitian kualitatif*. Pt Kanisius.
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan

- (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal ilmu manajemen terapan*, 3(1), 104-114.
- Sediana, D. (2022). Teaching Factory pada Sekolah Menengah Kejuruan untuk Mengatasi Kekurangan Sumber Daya Manusia dalam Implementasi Program Desa Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari (JPMB)*, 1(5), 249-262.
- Selay, A., Andigha, G. D., Alfarizi, A., Wahyudi, M. I. B., Falah, M. N., Encep, M., & Khaira, M. (2023). Sistem Informasi Penjualan. *Karimah Tauhid*, 2(1), 232-237.
- Setyanto, A., Saputra, A., & Bahar, F. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Buku Gramedia Kota Tangerang. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin (SinaMu)*, 4, 142-148.
- Sholicha, N., & Oktafia, R. (2021). Strategi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan UMKM Desa Sumber Kembar, Kecamatan Pacet, Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1156-1165.
- Silalahi, U., & Atif, N. F. (2015). Metode penelitian sosial kuantitatif.
- Soedarso, N. (2014). Perancangan Buku Ilustrasi Perjalanan Mahapatih Gajah Mada. Sope, A. S. (2023). Analisis strategi pemasaran terhadap peningkatan penjualan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(2), 87-100.
- Sumadi, S. (2012). Relationship Marketing: Paradigma, Strategi Dan Hambatan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Universitas Bandar Lampung*, 2(2), 112369.
- Sutrisna, E., MM, C., Wahyu, D., & Billy Lazuardi, S. E. (2024). Manajemen pemasaran.
- Syamsudin, A. (2014). Pengembangan instrumen evaluasi non tes (informal) untuk menjangkau data kualitatif perkembangan anak usia dini. *Jurnal Pendidikan Anak*, 3(1).
- Tjahyadi, R. A. (2006). Membangun Hubungan Jangka Panjang Pelanggan Melalui Relationship Marketing. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 5(2), 35-45.
- Tjiptono, F. (1995). Strategi pemasaran.
- Tyasari, H. S., & Patrikha, F. D. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Digital Dalam Upaya Peningkatan Omset Penjualan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(1), 9- 17.
- Winarto, H. (2011). Strategi pemasaran. *Jurnal Ekonomika Universitas Wijayakusuma Purwokerto*, 14(3), 23137.
- Yuliani, W. (2018). Metode penelitian deskriptif kualitatif dalam perspektif bimbingan dan konseling. *QUANTA: Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan*, 2(2), 83-91.
- Yulinda, A. T., & Iskandar, F. (2023). Pengaruh Brand Image Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas pelanggan Kitaro Pada Agen Kitaro Toko Arra Kecamatan Pino Raya Kabupaten Bengkulu Selatan. *Ekombis Review: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 191-198.
- Zahra, F., Sukoco, I., Auliana, L., & Barkah, C. (2022). Komunikasi Efektif Dalam Membangun Strategi Customer Relationship Management. *GANDIWA*





## FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

### PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA INDONESIA

bind.umm.ac.id | bahasasastra@umm.ac.id | @bahasaindonesiaumm | BAHASASASTRAUMM

UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

#### LEMBAR HASIL CEK PLAGIASI

Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia FKIP UMM Menyatakan bahwa:



Nama : Lisa Na'itul Muna

NIM : 202110080311026



Telah melakukan uji kesamaan Karya Ilmiah dalam bentuk Tugas Akhir (Skripsi) dengan hasil sebagai berikut:

Bagian Skripsi (BAB)	Presentase Hasil Kesamaan
BAB I Pendahuluan	4%
BAB II Kajian Pustaka	5%
BAB III Metode Penelitian	4%
BAB IV Hasil dan Pembahasan	3%
BAB V Kesimpulan dan Saran	0%

Berdasarkan presentase hasil uji kesamaan, dapat disimpulkan bahwa hasil deteksi plagiasi telah memenuhi syarat dan ketentuan yang telah diatur pada Peraturan Rektor No. 2 Tahun 2017.

Malang, 24 April 2025  
Ketua Program Studi,



Ari Setiawan, M.Pd.



#### Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 31 1551 253 (Surabaya)  
F: +62 31 500 415

#### Kampus II

Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 562 060

#### Kampus III

Jl. Raya Topomas No 248 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

Dipindai dengan CamScanner