



## **Strategi Persaingan Pemasaran Indomaret dan Alfamart Menggunakan *Game Theory* (Studi Kasus Indomaret Alfamart Sayabulu, Kota Serang)**

**Indah Nuraeni<sup>1</sup>, Iska Hayati<sup>2</sup>, Nabila Saputri<sup>3</sup>, Moh. Agus Awaludin<sup>4</sup>,  
Bambang Hermawan<sup>5</sup>**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Primagraha<sup>1,2,3,4,5</sup>

\*Email

[indahnuraeni953@gmail.com](mailto:indahnuraeni953@gmail.com), [Iskahayati@gmail.com](mailto:Iskahayati@gmail.com), [nabilasaputri680@gmail.com](mailto:nabilasaputri680@gmail.com),  
[mohagusawaludin4633@gmail.com](mailto:mohagusawaludin4633@gmail.com), [BambangHermawan@upg.ac.id](mailto:BambangHermawan@upg.ac.id)

Diterima: 16-01-2026 | Disetujui: 26-01-2026 | Diterbitkan: 28-01-2026

### **ABSTRACT**

*This study aims to examine the marketing competition approach between adjacent Indomaret and Alfamart stores on Jalan Sayabulu, Serang City, using Game Theory. Data collection was conducted through direct observation. The marketing aspects analyzed include price, promotion, convenience, and product variety. Information obtained from observations was organized into payoff matrices and analyzed using the maximin and minimax methods. The findings reveal the presence of a saddle point indicating the success of the most efficient strategy. For Alfamart, the dominant strategy is the convenience aspect, while for Indomaret, the most effective strategy is related to price. This study indicates that Game Theory can be used as an efficient strategic analysis tool in modern retail competition in adjacent areas.*

**Keywords:** Game Theory, Marketing Strategy, Indomaret, Alfamart, Observation

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pendekatan persaingan pemasaran antara Indomaret dan Alfamart yang berdekatan di Jalan Sayabulu, Kota Serang, dengan menggunakan Game Theory. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung. Aspek pemasaran yang dianalisis mencakup harga, promosi, kenyamanan, dan kelengkapan produk. Informasi yang diperoleh dari pengamatan diorganisir ke dalam matriks payoff dan dianalisis dengan metode maximin serta minimax. Temuan penelitian mengungkapkan adanya saddle point yang menunjukkan keberhasilan strategi paling efisien. Untuk Alfamart, strategi terunggul adalah aspek kenyamanan, sementara untuk Indomaret, strategi yang paling efektif adalah dari sisi harga. Penelitian ini mengindikasikan bahwa Game Theory dapat dijadikan sebagai alat analisis strategis yang efisien dalam persaingan ritel modern di area yang berdekatan.

**Kata kunci:** Game Theory, Strategi Pemasaran, Indomaret, Alfamart, Observasi

## PENDAHULUAN

Dalam perkembangan bisnis minimarket yang pesat di kota-kota besar saat ini, persaingan menjadi semakin tajam dalam upaya memenuhi beragam kebutuhan konsumen (Christanto, 2023). Kondisi inilah yang menyebabkan banyak pelaku usaha *franchise* minimarket yang membuka usahanya di Sayabulu, seperti Indomaret dan Alfamart yang paling banyak dibuka, walaupun masih ada minimarket lainnya. Pada era seperti ini, membangun sebuah bisnis *franchise* menjadi sangat mudah, hal ini tidak terlalu memerlukan banyak aturan juga keterampilan yang luar biasa, karena sistem bisnis ini pemilik (*franchisor*) tinggal memberikan hak pada penerima hak waralaba (*franchise*) untuk dapat memanfaatkan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan yang dimiliki oleh pemilik *franchise* melalui suatu perjanjian. Saking banyak penggemarnya dalam bisnis ini, tentu saja hal ini memicu ketatnya persaingan antara dua minimarket tersebut (Aliwafa, 2021). Dua pemain utama dalam industri minimarket, Indomaret dan Alfamart, terus berusaha meningkatkan taktik pemasaran mereka guna menjaga kepercayaan pelanggan dan mempertahankan posisi kompetitif di pasar yang sama. Dalam bisnis ritel, taktik pemasaran menjadi faktor penting bagi perusahaan untuk menjawab kebutuhan pelanggan dan secara aktif menghadapi strategi pesaing. Taktik pemasaran yang tepat dapat menghasilkan keunggulan kompetitif yang bertahan lama.

Dalam situasi persaingan yang intens ini, analisis taktik pemasaran memerlukan pendekatan yang lebih dari sekadar deskripsi, tetapi juga analisis dan perbandingan terhadap tindakan yang mungkin diambil oleh pesaing. Riset Operasi (*Operational Research*) adalah teknik-teknik optimasi, yaitu suatu teknik penyelesaian terhadap sebuah persoalan matematis yang akan menghasilkan sebuah jawaban yang optimal. Sedangkan Game Theory adalah satu pendekatan sistem secara sistematis yang digunakan untuk memformulasikan suatu situasi permasalahan serta persaingan diantara bermacam-macam kepentingan (Hasugian, 2024). Persaingan ini dapat dianalisis melalui kerangka Game Theory, karena setiap keputusan strategis salah satu pemain akan memengaruhi respons lawannya (Maatuil, 2025),

Persaingan bisnis adalah situasi di mana dua atau lebih pelaku usaha berupaya mendapatkan pelanggan dan bagian pasar yang sama dengan menyediakan barang atau layanan yang serupa. Kompetisi ini mendorong perusahaan untuk meningkatkan efisiensi, menciptakan inovasi, dan memperbaiki kualitas layanan, supaya dapat bertahan di pasar yang penuh persaingan. Dalam dunia industri ritel saat ini, persaingan semakin ketat disebabkan oleh kesamaan barang, harga yang hampir sama, dan lokasi usaha yang berdekatan (Christanto, 2023). Ritel modern merujuk pada aktivitas bisnis yang menawarkan barang-barang kebutuhan sehari-hari langsung kepada konsumen dengan sistem layanan mandiri dan pengelolaan yang terstruktur. Sebagai salah satu bentuk ritel modern, minimarket ditandai dengan adanya lokasi yang strategis, jam buka yang panjang, dan produk yang beragam. Contoh dari ritel modern ini adalah Indomaret dan Alfamart, yang mengusung model bisnis yang serupa, sehingga menciptakan persaingan yang ketat dalam menarik perhatian konsumen (Maatuil, 2025).

Game Theory adalah sebuah metode matematis yang digunakan untuk memahami keputusan strategis dalam kondisi kompetisi, di mana hasil dari keputusan satu pihak dipengaruhi oleh keputusan pihak lainnya. Dalam teori ini, setiap pelaku bisnis dipandang sebagai seorang pemain yang berpikir rasional, yang berusaha untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya atau meminimalkan kerugian yang mungkin terjadi (Maschler, 2020). Penggunaan Game Theory dalam industri bisnis memungkinkan

perusahaan untuk mengidentifikasi cara berpikir pesaing dan memilih taktik yang paling efektif dalam menghadapi kompetisi di pasar. (Maatuil, 2025). Maka dari itu, penelitian ini akan mengkaji taktik persaingan pemasaran Indomaret dan Alfamart, khususnya di Sayabulu, Kota Serang, di mana kedua minimarket ini bersaing sangat ketat karena kedekatan lokasi mereka yang bersebrangan. Dengan menganalisis taktik dominan yang diambil oleh masing-masing pihak, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran untuk taktik pemasaran yang lebih efektif dan didasarkan pada analisis matematis dalam kerangka Game Theory.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini memanfaatkan pendekatan Game Theory untuk mengevaluasi kompetisi strategi pemasaran antara Indomaret dan Alfamart di Sayabulu, Kota Serang yang berlokasi saling bersebrangan. Metode ini dibuat untuk mencerminkan hubungan strategis antara kedua pelaku usaha ritel yang saling berpengaruh dalam proses pengambilan keputusan pemasaran. Dengan cara yang terstruktur, metode penelitian ini terdiri dari beberapa langkah utama sebagai berikut:

### Metode Penelitian Game Theory Indomaret vs Alfamart



## Penjelasan Metode Penelitian Game Theory

### Indomaret vs Alfamart

Metode penelitian ini memanfaatkan pendekatan Game Theory untuk menganalisis persaingan strategi pemasaran antara Indomaret dan Alfamart di kawasan Sayabulu, Kota Serang. Metode ini dibuat untuk menjelaskan interaksi strategis di antara dua perusahaan ritel yang saling memengaruhi dalam proses pengambilan keputusan pemasaran. Secara terstruktur, metode penelitian terdiri dari beberapa langkah utama sebagai berikut:

#### 1. Input Data (Observasi dan Survei Konsumen)

Langkah pertama dalam metode penelitian adalah mengumpulkan informasi yang diperoleh melalui:

- a. Observasi Langsung, yakni menilai strategi pemasaran yang digunakan oleh Indomaret dan Alfamart, seperti tawaran harga, promosi, kelengkapan, dan kenyamanan yang diberikan

*Strategi persaingan Pemasaran Indomaret dan Alfamart menggunakan Game Theory  
(Studi Kasus Indomaret Alfamart Sayabulu, Kota Serang)*

(Nuraeni, et al.)

- b. Survei Konsumen, yaitu pengumpulan pandangan dari konsumen terkait pilihan berbelanja, minat terhadap promosi, dan pandangan mereka terhadap kedua minimarket tersebut.
2. Identifikasi Strategi Pemasaran

Berdasarkan informasi yang ada, langkah selanjutnya adalah mengenali pendekatan pemasaran yang diterapkan oleh masing-masing pelaku (Indomaret dan Alfamart). Dalam konteks Game Theory, Indomaret dan Alfamart dianggap sebagai dua pelaku yang memiliki beberapa pilihan strategi. Pendekatan pemasaran yang dikenali umumnya mencakup:

  - a. Pendekatan harga (diskon, potongan harga)
  - b. Pendekatan promosi (penawaran produk tertentu)
  - c. Pendekatan layanan (kenyamanan dan kelengkapan toko)
3. Penyusunan Matriks Payoff

Setelah masing-masing pemain menetapkan strateginya, tahap selanjutnya adalah membuat matriks payoff. Matriks ini menunjukkan hasil atau keuntungan yang diraih oleh setiap pemain berdasarkan kombinasi strategi yang dipilih oleh Indomaret dan Alfamart. Dalam penelitian ini, payoff tidak selalu termasuk keuntungan finansial yang bersih, tetapi juga bisa berupa:

  - a. Selera konsumen
  - b. Tingkat minat konsumen
  - c. Keunggulan dalam pemasaran relative

Matriks payoff menjadi pusat dari analisis Teori Permainan karena mencerminkan akibat dari setiap keputusan strategis.
4. Analisis Strategi Optimal (Maximin, Minimax, dan Saddle Point)

Dalam langkah analisis strategi optimal, penelitian ini tidak hanya mengaplikasikan pendekatan maximin dan minimax, tetapi juga menemukan adanya saddle point dalam matriks keuntungan. Saddle point merupakan elemen penting dalam Game Theory karena menunjukkan adanya strategi terbaik yang murni bagi setiap pemain.

  - a. Strategi Maximin

Strategi maximin digunakan untuk memilih opsi terbaik bagi pemain dengan cara mengambil nilai minimum tertinggi dari setiap baris dalam matriks payoff. Pendekatan ini mencerminkan sikap hati-hati pemain dalam menghadapi ketidakpastian strategi lawan. Dalam penelitian ini, Indomaret dan Alfamart memilih strategi yang memberikan hasil terburuk yang paling menguntungkan dibandingkan opsi lainnya.
  - b. Strategi Minimax

Strategi minimax dirancang untuk mengurangi kerugian maksimum yang mungkin dialami oleh pemain. Metode ini dilakukan dengan mengambil nilai maksimum terendah dari setiap kolom dalam matriks payoff. Strategi minimax menunjukkan usaha pemain dalam meminimalkan risiko terbesar yang mungkin muncul akibat strategi dari pesaing.
  - c. Saddle Point

Saddle Point terjadi ketika nilai maximin sama dengan nilai minimax. Kondisi ini mengindikasikan bahwa terdapat satu posisi keseimbangan dalam matriks payoff, di mana tidak ada pemain yang dapat meraih keuntungan dengan mengubah strateginya sendiri.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uraian Umum Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah dua toko minimarket modern, yaitu Indomaret dan Alfamart, yang terletak tepat bersebrangan di satu sisi jalan yang sama. Kedekatan lokasi ini mengakibatkan adanya persaingan yang ketat, karena pelanggan dapat dengan cepat membandingkan dan memilih minimarket yang dianggap lebih menguntungkan. Oleh karena itu, setiap langkah pemasaran yang diambil oleh salah satu minimarket akan secara langsung berdampak pada reaksi dan strategi minimarket lainnya

Penelitian ini menerapkan metode observasi langsung di tempat. Observasi dilakukan dengan memperhatikan situasi nyata kedua minimarket, mencakup berbagai aspek seperti harga, promosi, kenyamanan, dan variasi produk. Data yang diperoleh dari observasi tersebut kemudian dianalisis dengan pendekatan Game Theory untuk menentukan strategi terbaik bagi masing-masing minimarket.

### Penentuan Strategi Pemain

Dalam analisis Game Theory terdapat dua pemain, yaitu:

1. Pemain baris (x) : Alfamart
2. Pemain kolom (y) : Indomaret

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan, ditentukan empat taktik pemasaran yang diterapkan oleh setiap pemain, sebagai berikut:

Kode	Strategi
$X_1/Y_1$	Harga
$X_2/Y_2$	Promosi
$X_3/Y_3$	Kenyamanan
$X_4/Y_4$	Kelengkapan

Strategi-strategi ini dipilih karena merupakan elemen kunci yang paling mudah dilihat oleh konsumen dan menjadi landasan dalam memilih minimarket.

### 1. Penyusunan Matriks Payoff

Dalam penelitian ini, matriks payoff disusun berdasarkan pengamatan langsung terhadap situasi persaingan antara Indomaret dan Alfamart yang terletak saling berhadapan. Angka-angka yang ada dalam matriks menunjukkan seberapa besar keunggulan relatif Alfamart dibandingkan Indomaret untuk setiap kombinasi strategi yang diterapkan oleh kedua pihak. Observasi difokuskan pada empat elemen utama dalam strategi pemasaran, yaitu harga, promosi, kenyamanan, dan kelengkapan produk.

Setiap elemen yang diperhatikan kemudian diubah menjadi skor numerik agar mempermudah analisis matematis dengan menggunakan pendekatan Game Theory. Proses pengubahan ini dilakukan dengan menilai keadaan yang ada di lapangan, seperti perbandingan harga untuk produk yang sama, intensitas serta variasi promosi, tingkat kenyamanan fasilitas toko, dan kelengkapan produk yang tersedia. Skor yang diperoleh mencerminkan perbedaan tingkat keunggulan antar minimarket pada strategi yang spesifik.

**Tabel 1. Matriks nilai yang diperoleh dari Indomaret dan Alfamart**

P	y <sub>1</sub>	y <sub>2</sub>	y <sub>3</sub>	y <sub>4</sub>
x <sub>1</sub>	6	14	10	12
x <sub>2</sub>	8	15	11	13
x <sub>3</sub>	10	16	14	15
x <sub>4</sub>	7	13	9	11

Nilai payoff yang diperoleh menunjukkan perbandingan keunggulan relatif antara Alfamart dan Indomaret. Nilai-nilai ini tidak dianggap sebagai ukuran keuntungan finansial secara langsung, tetapi sebagai representasi angka dari posisi kompetitif masing-masing pemain dalam Game Theory. Oleh karena itu, matriks payoff yang telah disusun mencerminkan situasi persaingan aktual yang terjadi dan dapat digunakan sebagai dasar untuk analisis Game Theory melalui pendekatan strategi murni guna menentukan strategi terbaik bagi setiap minimarket.

## 2. Pemecahan Metode Game Theory

Pemecahan Metode Game Theory dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan strategi murni. Metode ini dipilih karena matriks payoff yang dibentuk memungkinkan untuk menemukan nilai keseimbangan yang dapat dihitung secara langsung melalui analisis nilai maximin dan minimax. Dalam penelitian ini, Alfamart berfungsi sebagai pemain baris (x) yang berusaha mengoptimalkan keuntungan relatifnya, sementara Indomaret berperan sebagai pemain kolom (y) yang berfokus pada pengurangan kerugian relatif terhadap saingannya.

Langkah pertama dalam pemecahan metode adalah dengan menganalisis matriks payoff yang telah disusun berdasarkan data dari observasi lapangan. Setiap elemen dalam matriks hasil mencerminkan tingkat keunggulan relatif Alfamart dibandingkan dengan Indomaret pada kombinasi strategi tertentu. Oleh karena itu, matriks ini menjadi landasan utama dalam menentukan strategi optimal untuk masing-masing pemain.

### 1. Perhitungan Maximin (Pemain Baris)

Langkah awal adalah mengidentifikasi nilai minimum dari setiap baris dalam matriks payoff. Nilai minimum ini mencerminkan hasil paling buruk yang dapat diterima oleh Alfamart jika memilih strategi tertentu.

**Tabel 2. Perhitungan Maximin**

Strategi Alfamart	Nilai Minimum
X <sub>1</sub>	6
X <sub>2</sub>	8
X <sub>3</sub>	10
X <sub>4</sub>	7

Dari tabel di atas diperoleh nilai maksimum dari nilai minimum (maximin), yaitu sebesar 10 pada strategi x<sub>3</sub> (kenyamanan). Dengan demikian, strategi terbaik bagi Alfamart adalah strategi kenyamanan.

## 2. Perhitungan Minimax (Pemain Kolom)

Kemudian dilakukan penghitungan nilai maksimum dari tiap kolom untuk menemukan strategi paling efektif bagi Indomaret.

**Tabel 3. Perhitungan Minimax**

Strategi Indomaret	Nilai Maksimum
y <sub>1</sub>	10
y <sub>2</sub>	16
y <sub>3</sub>	14
y <sub>4</sub>	15

Nilai minimum dari nilai maksimum (minimax) adalah sebesar 10, yang terdapat pada strategi y<sub>1</sub> (harga). Hal ini menunjukkan bahwa strategi terbaik bagi Indomaret adalah strategi harga.

## Penentuan Saddle Point dan Nilai Permainan

Berdasarkan hasil perhitungan:

- Nilai Maximin = 10
- Nilai Minimax = 10

Karena nilai maximin dan nilai minimax itu setara, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat saddle point dalam permainan ini. Oleh karena itu, strategi murni bisa diterapkan dalam analisis ini. Saddle point terletak pada titik pertemuan antara strategi x<sub>3</sub> (kenyamanan) dan y<sub>1</sub> (harga). Nilai permainan yang mencapai 10 menunjukkan bahwa Alfamart memiliki keunggulan relatif dibandingkan dengan Indomaret dalam situasi persaingan.



Hasil dari analisis menunjukkan bahwa pada persaingan antara minimarket yang saling bersebrangan, Alfamart unggul dalam strategi memberikan kenyamanan. Penemuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Aliwafa, 2021), yang mengungkapkan bahwa dalam persaingan antara Indomaret dan Alfamart, faktor di luar harga seperti kenyamanan dan pengalaman saat berbelanja sangat mempengaruhi pilihan dan kesetiaan pelanggan. Saat dua minimarket yang saling bersebrangan itu, konsumen lebih cenderung memilih toko yang menawarkan kenyamanan dan efisiensi saat berbelanja. Penelitian yang dilakukan oleh (Hasugian, 2024) juga menguatkan bahwa dalam konteks Game Theory, pemain rasional akan mengambil keputusan strategi yang menawarkan hasil paling aman ketika menghadapi situasi terburuk. Strategi yang nyaman menjadi pilihan terbaik bagi Alfamart karena relatif konsisten dan tidak mudah terpengaruh oleh perubahan strategi dari pesaing dalam jangka pendek.

Di sisi lain, strategi optimal Indomaret yang mengutamakan harga sesuai dengan hasil penelitian (Cahyani, 2022), yang mengungkapkan bahwa strategi yang berfokus pada harga tetap menjadi senjata kompetitif penting dalam persaingan pasar secara langsung. Harga yang lebih kompetitif dapat menarik perhatian konsumen yang peka terhadap biaya, khususnya di pasar ritel modern. Selanjutnya (Ridwan, 2024) menyatakan bahwa pilihan konsumen dalam menentukan minimarket dipengaruhi oleh gabungan antara tarif dan tingkat kenyamanan. Temuan ini menunjukkan bahwa penelitian ini sesuai dengan keadaan yang ada di lapangan, di mana Alfamart lebih baik dalam hal kenyamanan, sedangkan Indomaret lebih unggul dalam hal harga.

Adanya saddle point dalam penelitian ini menunjukkan bahwa setiap minimarket telah mencapai strategi yang cukup stabil. Situasi ini juga didukung oleh pernyataan (Yosephine, 2022) yang menyebutkan bahwa dalam persaingan antara Indomaret dan Alfamart, setiap perusahaan cenderung mempertahankan keunggulan kompetitif yang dimiliki, karena perubahan strategi secara sepihak dapat membahayakan posisi kompetitif. Oleh karena itu, penggunaan Game Theory terbukti efektif dalam menganalisis persaingan dalam ritel modern di lokasi minimarket yang bersebrangan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil observasi lapangan dan analisis Game Theory mengenai persaingan antara minimarket Indomaret dan Alfamart yang berlokasi bersebrangan di Jalan Sayabulu, Kota Serang, dapat disimpulkan bahwa kompetisi ritel modern tidak ditentukan oleh satu sudut pandang saja, melainkan merupakan hasil interaksi strategis di antara kedua pelaku bisnis. Hasil analisis menunjukkan bahwa penerapan strategi murni menghasilkan nilai maximin dan minimax yang serupa, sehingga permainan memiliki titik jenuh dan solusi yang optimal.

Strategi paling efektif bagi Alfamart adalah pendekatan kenyamanan, yang menunjukkan betapa pentingnya unsur non-harga seperti penataan toko, kebersihan, dan kenyamanan pengalaman berbelanja untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Di sisi lain, Indomaret mengedepankan strategi harga sebagai optimal, yang menekankan bahwa harga tetap menjadi faktor utama dalam menarik pelanggan yang peka terhadap biaya.

Nilai permainan yang mencapai 10 mengindikasikan bahwa Alfamart memiliki keuntungan relatif dalam konteks persaingan yang sedang dievaluasi, tapi keuntungan ini seimbang karena kedua pihak telah



mencapai strategi yang maksimal. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa Game Theory dapat dimanfaatkan sebagai alat analisis strategis yang terstruktur dan objektif untuk memahami pola persaingan di ritel modern, khususnya pada minimarket yang berlokasi saling berhadapan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agi, M. A., Famarzi-Oghani, S., & Hazır, Ö. (2021). Game theory-based models in green supply chain management: a review of the literature. *International journal of production research*, 59(15), 4736-4755. <https://doi.org/10.1080/00207543.2020.1770893>
- Aliwafa, M., Sukanta, S., & Sari, R. P. (2021). Peramalan Strategi Pelanggan serta Perpindahan Pelanggan Indomaret dan Alfamart dengan Metode Game Theory dan Markov Chain. *Jurnal Serambi Engineering*, 2236-2247. . <https://doi.org/10.32672/jse.v6i4.3467>
- Bin Azis, A. Setiawan, I. Birawaputra, Ismiyati, and B. Triyanto, "Penerapan Game Theory dalam Pemasaran Fraksi Sirtu Pada PT X dan PT Y," vol. 5, pp. 8-9, 2022. <https://share.google/HbjS7YBpiBhsvzuIx>
- Cahyani, A. E., & Astuti, Y. P. (2022). Analisis Strategi Persaingan Layanan Jasa Pesan-Antar Makanan Menggunakan Game Theory (Studi Kasus Persaingan Shopeefood Dan Gofood). *MATHunesa: Jurnal Ilmiah Matematika*, 10(1), 190-198. <https://doi.org/10.26740/mathunesa.v10n1.p190-198>
- Chirstanto, H.J., Sutresno, S.A., Mavish, S., Singgalen, Y.A., & Dewi, C. (2023). Strategi Persaingan Pemasaran Indomaret dan Alfamart di Salatiga Menggunakan Game Theory. *Jurnal Elektro*, 1-8. <https://ejournal.atmajaya.ac.id/index.php/JTE/article/view/5126>
- Christanto, H. J. (2024). Game theory analysis of Indihome and Biznet in the Salatiga internet market. *Journal of Information Systems and Informatics*, 6(1), 399-408. <https://doi.org/10.51519/journalisi.v6i1.677>
- Hasugian, A. H., Fakhriza, M., & Lubis, D. R. (2024). STRATEGI OPTIMASI MENGGUNAKAN METODE GAME THEORY DAN MARKOV CHAIN TERHADAP LAYANAN MARKETPLACE. *JOURNAL OF SCIENCE AND SOCIAL RESEARCH*, 1232-1239. <https://www.jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR/article/view/2108>
- Jain, G., Kumar, A., & Bhat, S. A. (2024). Recent developments of game theory and reinforcement learning approaches: A systematic review. *IEEE Access*, 12, 9999-10011.
- M. Halim, Lisnawati, and Nuryatma, "Implementasi Game Theory Pada Strategi Pemasaran Ban Roda Dua Kecamatan Sambutan Samarinda," *Pros. Semin. Nas. Mat. Stat. dan Apl.*, vol. 2, pp. 9-15, 2022, <https://share.google/DQ2womSnhjblKipFV>
- Maatuil, R. A., Pongulu, E., Utubira, J., Arikalang, S. T., & Omaleng, A. (2025). Indonesia Economic Journal. *Dinamika Persaingan Ritel Modern: Analisis Game Theory pada Alfamart dan Indomaret (Kajian Literatur)*, 1-13. <https://ojs.indopublishing.or.id/index.php/iej/article/view/517>
- Maschler, M. Z. (2020). *GAME THEORY*. Cambridge University Press. <https://share.google/Nz7c5kCcRqZE7ySr8>
- Ridwan, E. Z., Puspitasari, D., Rahmawati, E., Illahi, F. K. K., & Alsakinah, G. (2024). TINJAUAN DAMPAK PERSAINGAN TOKO RITEL ANTARA INDOMARET DAN ALFAMART

- TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN DI KABUPATEN KUNINGAN. *Letterlijk*, 1(1), 1-8. <https://journal.fhukum.uniku.ac.id/letterlijk/article/view/49>
- Saputra, R. M. I., & Fransinatra, Z. (2024) Indomaret And Alfamart's Presence: The Effects Of Microenterprises' Expansion And Development In The Indragiri Hulu Regency Community. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 13(1), 118-124. <https://share.google/PRXQkfv2wI8p5CrjZ>
- Traulsen, A., & Glynatsi, N. E. (2023). The future of theoretical evolutionary game theory. *Philosophical Transactions of the Royal Society B*, 378(1876), 20210508. <https://royalsocietypublishing.org/>
- Yosephine, G., Melodya, J., Zagita, C., & Wicaksono, S. R. (2022). Perbandingan Strategi Competitive Analysis antara Indomaret dan Alfamart Menggunakan Metode Analisis Porter's Five Forces. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 1(2), 77-85. <https://doi.org/10.33998/jumanage.2022.1.2.85>