

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Perusahaan

1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan Domino's Pizza

Domino's Pizza didirikan pada tahun 1960 di Ypsilanti, Michigan, oleh dua saudara Tom dan James Monaghan. Dua bersaudara ini memulai dengan membeli pizza lalu menjualnya lagi bernama Dominick dengan modal 1400 dolar AS, dan delapan bulan kemudian Tom mengambil kontrol penuh dari bisnis ini karena James tidak ingin berhenti dari pekerjaannya sebagai tukang pos.

Dalam beberapa tahun kedepan bisnis ini berkembang dengan pesat, Tom lalu membuka dua lokasi di dekatnya pada tahun 1965. Namun pemilik asli Dominick menolak untuk mengizinkan Tom menggunakan nama di lokasi barunya, jadi dia merubah sedikit dengan nama Domino. Pada saat ini, Domino's telah memiliki lebih dari 11.900 cabang di lebih dari 70 negara. Menurut pihak perusahaan, mereka menjual lebih dari 1,5 juta pizza setiap harinya. Sejak berdiri pada 1960, Domino's Pizza tak pernah menambahkan menu lain, hanya pizza dengan 11 topping pilihan dan minuman soda. Baru pada 1989, Domino's Pizza menambahkan variasi makanan dan minuman pada menu restorannya (Putri, 2015).

Selain berkembang dan maju diberbagai negara, perkembangan Domino's Pizza di Indonesia juga sangat pesat, dari 2008 hingga kini, ada 60 cabang Domino's Pizza di berbagai kota, termasuk Jabodetabek, Bandung dan Bali.

Tabel 1. 1

Daftar Cabang Domino's Pizza di Indonesia

Kota	Jumlah
Jabodetabek	35
Bandung	4
Bali	4

Sumber :Kokimasak.com

Domino's Pizza juga terus berinovasi memanjakan pelanggannya di Indonesia. Kini, pelanggan bisa melakukan pemesanan online untuk delivery service melalui situs sejak 2013. Kemudian, ada aplikasi untuk ponsel pintar Android dan iOS pada 2015. Sejak diluncurkan aplikasi pada Agustus 2015, sudah ada 50 ribu pengguna dan masuk jajaran 10 teratas

aplikasi gaya hidup di Google Play Store Indonesia. Gerai pertama di Indonesia dibuka di Plaza Pondok Indah 6, Jakarta.

1.1.2 Visi, Misi, dan Logo Domino's Pizza

Domino's Pizza dalam menjalankan bisnis restoran pizza cepat saji, memiliki visi dan misi untuk dijadikan sebagai pedoman untuk mencapai apa yang diinginkan. Visi dan Misi Domino's Pizza adalah sebagai berikut :

A. Visi Domino's Pizza

1. Number one in pizza : menjual lebih banyak pizza ke masyarakat
2. Number one in people : memberikan pelayanan yang menyenangkan ke pelanggan

B. Misi Domino's Pizza

Sale more pizza, have more fun : menjual lebih banyak pizza ke masyarakat dan memberikan pelayanan yang menyenangkan kepada pelanggan. (Domino's Pizza, 2016)

C. Logo Domino's Pizza



Gambar 1. 1

Logo Domino's Pizza

Sumber : Domino's Pizza

Seperti halnya sebuah nama, logo perusahaan pun memiliki arti atau makna tersendiri. Adapun arti dari logo pada perusahaan Domino's Pizza tersebut adalah :

- Logo Domino's Pizza mempunyai arti yang lebih dalam dari apa yang kita pikirkan. Logo Domino's Pizza memiliki 3 titik. Ini mewakili tiga restoran pertama Domino. Tom berencana menambah satu titik untuk setiap satu restoran baru yang dibuka, saat itu Tom tidak berfikir bahwa Domino's Pizza akan sukses apa di masa depan.

-

1.2 Latar Belakang Masalah

Perusahaan-perusahaan saat ini sedang menghadapi persaingan yang sangat ketat. Untuk dapat memenangkan persaingan perusahaan harus berorientasi ke pemasaran, bukan hanya terfokus pada produk saja. Persaingan menuntut setiap perusahaan untuk memperhatikan dan keinginan konsumen serta memenuhi harapan konsumen. Merancang strategi untuk menarik keinginan dan memenuhi harapan konsumen adalah penting, namun yang lebih penting adalah berusaha sebaik-baiknya untuk mempertahankan dan membina hubungan jangka panjang dengan konsumen yang sudah ada.

Agar sukses, perusahaan harus melakukan pekerjaan yang lebih baik daripada persaingan memuaskan konsumen sasaran. Jadi, strategi pemasaran harus disesuaikan dengan kebutuhan konsumen dan juga strategi para pesaing. Setelah memutuskan strategi pemasaran untuk bersaing secara keseluruhan, perusahaan harus siap untuk mulai merencanakan rincian dari bauran pemasaran. Unsur atau elemen internal penting yang membentuk program pemasaran sebuah organisasi.

Bisnis *fast-food* adalah salah satu bisnis yang paling kompetitif dan berkembang pesat. Restoran *fast-food* yang ada di Indonesia saat ini antara lain adalah Domino's Pizza, Pizza Hut, dan Paparons. Dengan adanya berbagai restoran *fast-food*, maka berdampak pula pada ketatnya persaingan untuk mendapatkan pelanggan agar perusahaan mampu mendapatkan keuntungan, terus tumbuh, dan tetap bertahan.

Pizza merupakan jenis makanan siap saji. Di Indonesia sendiri Pizza menjadi makanan siap saji yang sangat populer dan digemari. Hal tersebut menimbulkan makin tingginya peluang mendirikan kedai Pizza. Salah satu kedai Pizza yang memasuki industri pangan Indonesia adalah Domino's Pizza. Namun, persaingan bidang bisnis yang semakin ketat, memicu para pebisnis untuk mampu lebih mengeksplorasi inovasi dan kreativitas untuk tetap bertahan pada era persaingan global ini. Di Bandung sendiri dapat kita jumpai *store* yang menjual pizza sebagai produk utamanya. Berikut ini adalah jumlah store dan nama kedai Pizza yang ada di Bandung.

Tabel 1. 2

Jumlah Store dan Nama Store Pizza di Bandung

Nama Store Pizza	Jumlah Store
Domino's Pizza	7
Pizza Hut	11
Paparons	2

Pizzalogy	1
Cavallino Pizza	1
Pizza E Birra	1
Crown Pizza Cone	1
Magic Pizza	1

Sumber: *Pergikuliner.com*

Berdasarkan tabel 1.2 di atas, dapat disimpulkan bahwa Bandung memiliki 8 gerai yang menjual pizza. Bisa dilihat di kota Bandung gerai Pizza Hut lah yang paling banyak dan menguasai pasar pizza di Bandung. Sebagai pesaing Pizza Hut, Domino's Pizza menghadapi persaingan dengan menggunakan promosi-promosi menarik yang diadakan untuk menarik konsumen membeli Domino's Pizza. Menurut Kotler dan Armstrong (2014:77) : Promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk itu. Sedangkan Menurut Swastha dan Irawan (2002 : 15) Promosi adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial.

Salah satu perusahaan yang menerapkan strategi promosi dalam pemasarannya adalah Domino's Pizza. Domino's Pizza merupakan merek pizza yang berasal dari Amerika, dulu cukup terkenal dikalangan masyarakat dan digemari oleh masyarakat luas. Pada saat itu, tidak ada pesaing atau merek kompetitor lain yang dapat menyaingi Domino's Pizza di kotanya. Hal ini terjadi karena Domino's Pizza mampu memberikan variasi rasa dan *topping* yang cukup beragam dan cara pelayanan yang cukup unik dan sangat baik sehingga konsumen puas dengan Domino's Pizza, (<http://www.anneahira.com/pizza.htm>).

Program promosi yang dilakukan oleh Domino's Pizza agar dapat menarik keputusan pembelian konsumen adalah menggunakan program promosi dengan harga murah (Domino's Pizza), berikut merupakan bentuk promosi yang dilakukan oleh Domino's Pizza:

Tabel 1. 3

Program Promosi Domino's Pizza

No	Jenis Promosi Penjualan	Gambar
1	Program promo beli 1 gratis 1 untuk	

	<p>pembelian Domino's Pizza pada hari Jum'at.</p>	 <p>ONLINE ORDER ONLY #TGIF BUY 1 FREE 1* UNTUK PEMBELIAN XL NEW YORK 14" REGULAR / PREMIUM PIZZA *SYABAT DAN KETENTUAN BERLAKU 1500-366 DOMINOS.CO.ID</p>
<p>2.</p>	<p>Promo diskon 50% untuk pizza premium dan specialty pizza, mulai dari Rp. 35.000</p>	 <p>DISKON 50% UNTUK PREMIUM & SPECIALTY PIZZA MULAI DARI Rp 35.000,- 14-17 JULY 2016 *Syarat dan ketentuan berlaku PILIHAN STORE : MUTIARA PALEM, CIPUTAT (JAKARTA) PW, ANTAPANI, BUAH BATU (BANDUNG) TEUKU UMAR (BALI) 1500-366 DOMINOS.CO.ID</p>
<p>3</p>	<p>Ada juga promo menarik pada hari Selasa dan Kamis, yaitu dinamakan Selasa dan Kamis hemat</p>	 <p>Domino's Pizza SELASA & KAMIS HEMAT 2 PIZZA HARI MULAI DARI Rp 45.000,- *Syarat dan ketentuan berlaku</p>
<p>4</p>	<p>Domino's Pizza juga memberikan potongan 15% untuk pembelian Pizza dan Pasta, pada konsumen yang menggunakan kartu debit atau kartu kredit</p>	

	BCA dan BNI	
--	-------------	--

Sumber : Domino's Pizza

Selain program promo, Domino's Pizza juga melakukan beberapa event untuk lebih dekat dan menarik perhatian konsumen. kegiatan tersebut ialah sebagai berikut :

Tabel 1. 4

Events Domino's pizza

No	Jenis Events	Gambar
1.	Demo memasak pizza bersama anak – anak. Kegiatan pelatihan dan pembelajaran membuat pizza siswa di Sekolah Kusuma Bangsa, Tangerang	
2.	Domino's Pizza memiliki kegiatan untuk anak-anak, yang bernama Domino's Pizza Store Tour, rangkaian kegiatannya adalah <ol style="list-style-type: none"> a. Mewarnai b. Mengunjungi dapur c. Cooking class d. Menyantap pizza buatan sendiri 	

	e. Mendapatkan sertifikat	
--	---------------------------	--

Kegiatan promosi dan *events* diatas merupakan salah satu strategi Domino's Pizza agar mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan tertarik membeli Domino's Pizza. Namun Domino's Pizza tetap harus dapat bersaing dengan perusahaan – perusahaan pizza lainnya untuk mempertahankan produknya.

Domino's Pizza Bandung menyadari bahwa promosi merupakan bagian penting dalam aktivitas pemasaran dalam menjaring konsumen dalam hal ini adalah tamu domestik maupun asing. Tingginya persaingan antar restoraan restoran pizza yang ada di Bandung dari segi penawaran makanan maupun fasilitas yang tersedia mempertajam persaingan bisnis kuliner di Bandung.

Domino's Pizza sebagai salah satu restoran pizza yang ada di Kota bandung mempersiapkan diri dengan berbagai macam strategi pemasaran untuk menarik minat beli konsumen. Usaha-usaha yang dilakukan adalah mengencarkan kegiatan promosi. Pada pembahasan sebelumnya, terdapat berbagai promosi yang dilakukan Domino's Pizza untuk menarik calon pelanggan agar membeli produk Domino's Pizza. Hal tersebut tentunya bertujuan untuk menaikkan tingkat penjualan produk mempengaruhi minat beli konsumen. Namun dalam kasus ini ada sedikit masalah yang dialami Domino's Pizza, saat penulis sedang mendatangi beberapa gerai Domino's Pizza di Kota Bandung yaitu diantaranya Domino's Pizza Buah batu, Istana Plaza, Paris Van Java, Dago atas, dan Miko Mall, penulis melakukan wawancara dengan konsumen-konsumen Domino's Pizza yang datang ke gerai-gerai tersebut, wawancara dilakukan kepada konsumen dengan profesi yang berbeda-beda, mulai dari anak SMA, Mahasiswa, ibu-ibu, polwan, pekerja dan pekerja kantoran. Hari melakukan wawancaranya pun berbeda-beda. Penulis menanyakan kepada konsumen apakah

mereka tahu semua program promo yang ada di Domino's Pizza, kebanyakan mereka yang mengatakan hanya mengetahui promosi "Selasa dan Kamis Hemat" saja, sedangkan promosi yang lainnya mereka kurang mengetahui atau mendapatkan informasi. Itu dikarenakan Domino's Pizza kurang mengencarkan bagian promosinya yang lain, Domino's Pizza lebih mengencarkan promosi "Selasa dan Kamis Hemat".

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah Domino's Pizza di Kota Bandung. Kenapa penting melakukan penelitian ini, karena tujuan penelitian ini juga ingin melihat seberapa besar pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian. Dikarenakan Bandung adalah kota wisata kuliner yang sering menjadi tujuan baik wisatawan asing ataupun wisatawan domestik. Selain itu dengan banyaknya gerai Pizza di Bandung, penulis ingin melihat apakah Domino's Pizza masih menjadi alternatif pilihan konsumen, mengingat semakin banyaknya pesaing Domino's Pizza yang bermunculan. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk mengambil objek di kota Bandung.

Berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan sebelumnya maka penelitian ini berjudul **"PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DOMINO'S PIZZA DI KOTA BANDUNG"**

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana bauran promosi pada Domino's Pizza di Kota Bandung?
- b. Bagaimana keputusan pembelian pada Domino's Pizza di Kota Bandung?
- c. Seberapa besar pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian pada Domino's Pizza Di Kota Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah pada laporan diatas, maka penulis melakukan penelitian tersebut bertujuan untuk :

- a. Untuk mengetahui bauran promosi pada Domino's Pizza di Kota Bandung
- b. Untuk mengetahui keputusan pembelian pada Domino's Pizza di Kota Bandung
- c. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian pada Domino's Pizza Di Kota Bandung

1.5 Kegunaan penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini disusun oleh penulis, adalah sebagai berikut :

a. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya keilmuan di bidang pemasaran khususnya yang berkaitan dengan bauran pemasaran yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Di samping itu, beberapa temuan yang terungkap dalam penelitian ini juga dapat dijadikan rujukan bagi penelitian berikutnya.

b. Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu bahan masukan bagi perusahaan, terutama untuk mengembangkan strategi bauran pemasaran yang lebih baik.

1.6 Sistematika penulisan

Untuk mempermudah dalam memberikan arah serta gambaran materi yang terkandung dalam penulisan skripsi ini, maka penulis menyusun sistematika sebagai berikut.

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan tentang objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan serta sistematika penulisan.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini diuraikan tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka penelitian teoritis.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan tentang jenis penelitian dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHSAN

Bab ini berisikan uraian hasil penelitian dan pembahsan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan pemaknaan dan penafsiran peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian yang disajikan dalam bentuk penelitian dan saran yang merupakan implikasi dari kesimpulan yang berhubungan dengan masalah dan alternatif pemecahan masalah.