

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Perusahaan

1.1.1. Profil Perusahaan Indomaret Secara Umum

Indomaret adalah jaringan mini market waralaba di Indonesia. Mini market ini menyediakan berbagai macam kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari. Indomaret sangat mudah ditemukan di daerah perumahan, gedung perkantoran dan fasilitas umum karena penempatan lokasi gerai didasarkan pada motto “mudah dan hemat”. Merek mini market Indomaret dipegang oleh PT. Indomarco Prismatama. Kini gerai Indomaret telah mencapai lebih dari 7.868 di wilayah Jawa, Madura, Bali, Sumatera dan Sulawesi yang 40% terdiri dari gerai milik terwaralaba dan 60% milik PT. Indomarco Prismatama. Barang dagangan sebagian besar didapat dari 17 pusat distribusi Indomaret yang menyediakan lebih dari 4.800 jenis produk.

Awal dibukanya Indomaret adalah untuk mempermudah penyediaan kebutuhan pokok sehari-hari karyawan pada tahun 1988 di Ancol, Jakarta Utara. Dengan dibukanya gerai pertama ini, perusahaan kemudian tertarik untuk lebih mendalami dan memahami berbagai kebutuhan dan perilaku konsumen dalam berbelanja. Hasil investigasi beberapa orang karyawan mendapat kesimpulan bahwa masyarakat cenderung memilih untuk berbelanja di gerai modern atas dasar kelengkapan produk, kualitas produk, harga yang bersaing dan suasana yang lebih nyaman. Pada mulanya, Indomaret memiliki konsep penyelenggaraan gerai 200 m² yang berlokasi di dekat hunian konsumen demi menyediakan berbagai kebutuhan pokok maupun kebutuhan sehari-hari serta untuk melayani konsumen yang bersifat majemuk. Namun seiring berjalannya waktu dan kebutuhan pasar, Indomaret terus menambah gerai di berbagai kawasan perumahan, perkantoran, niaga, wisata dan apartemen. maka terjadilah proses pembelajaran untuk pengoperasian suatu jaringan retail yang berskala besar, lengkap dengan berbagai pengalaman yang kompleks dan bervariasi. Manajemen Indomaret kemudian memutuskan untuk berkomitmen menjadikan Indomaret sebagai aset nasional dalam bentuk jaringan ritel waralaba yang unggul dalam persaingan global

sebagai respon terhadap pemikiran dan pengoperasian perusahaan yang sepenuhnya dilakoni oleh putra putri Indonesia sekaligus menanggapi sambutan positif masyarakat terhadap minimarket waralaba ini. Indomaret pun tidak hanya aktif dalam bisnis minimarket waralabanya. Indomaret membagikan beasiswa bagi anak-anak kurang mampu di sekitar toko Indomaret setiap tahunnya. Tahun 2009, beasiswa diberikan kepada 1.300 Siswa 260 Sekolah dasar di Jawa, Bali, Madura dan Sumatera. Tidak hanya itu, Indomaret juga menyelenggarakan Festival Vokal Group Indomaret (FOGI) yang merupakan inisiatif Indomaret untuk memfasilitasi talenta kaum muda Indonesia yang berbakat dalam dunia tarik suara, khususnya Vokal Group. Acara ini diadakan setiap tahun di kota-kota besar, untuk kemudian Final di Jakarta. Tahun 2010 Para Pemenang FOGI mendapatkan kesempatan untuk bertanding dalam kejuaraan dunia Vokal Group, World Choir Games, di Shaoxing China, dan meraih juara pertama. Indomaret juga terlibat dalam kegiatan sosial lainnya seperti penggalangan dana untuk korban merapi dan penggalangan dana kemanusiaan dengan PMI (*Sumber: <https://profil.merdeka.com>,2013*)

1.1.2 Profil Perusahaan Indomaret Ciganitri Bandung

Penulis melakukan observasi di Indomaret Ciganitri, dari hasil observasi tersebut penulis mendapat profil data perusahaan yang disajikan sebagai berikut :

Tabel 1.1

Profil Perusahaan Indomaret Ciganitri Bandung

| | |
|-----------------|--|
| Nama Perusahaan | Indomaret |
| Alamat | Jl. Ciganitri GBA Raya RT 08 RW 11 |
| No Tlpn | 08821893862 |
| Luas Bangunan | 120.51 M ² |
| Luas Tanah | 303.88 M ² |
| Tanggal Di Buka | 30 Juli 2013 |
| <i>Website</i> | www.indomaret.com |

Sumber : Data Internal Perusahaan, 2017



GAMBAR 1. 1

Foto Indomaret Bandung cabang Ciganitri

Sumber : Dokumentasi Pribadi (Minggu 22 Januari 2017)

1.1.3. Sejarah Indomaret

Bisnis waralaba kini telah menjamur di Indonesia. Perkembangannya yang pesat mengindikasikan sebagai salah satu bentuk investasi yang menarik, sekaligus membantu pelaku usaha dalam memulai suatu usaha sendiri dengan tingkat kegagalan yang rendah. Meski bisnis waralaba yang ditawarkan semakin beragam, namun untuk menjatuhkan pilihan terhadap bisnis waralaba secara tepat, terkadang mengalami kesulitan. Padahal pilihan awal akan sangat menentukan. Ada hal mendasar dalam menentukan pilihan. Paling tidak bidang usahanya stabil dan berprospek serta track record pewaralaba (franchisor) baik dan berpengalaman

Sebagai strategi ekspansi yang melibatkan modal pihak lain, bisnis waralaba mau tidak mau harus transparan dan konsepnya saling menguntungkan serta saling percaya di antara pewaralaba dengan terwaralaba (franchisee). Minimal selama 5 tahun bisnis waralaba tersebut mampu membuktikan sebagai perusahaan sehat, yang didukung oleh sistem dan format bisnis yang telah teruji.

Bidang usaha yang relatif stabil adalah bisnis ritel. Di Indonesia bisnis ini terus berkembang seiring dengan kebutuhan penduduk yang jumlahnya terus meningkat. Salah satu bisnis ritel yang melayani kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari adalah minimarket. Indomaret yang tetap konsisten berkecimpung di bidang minimarket (lokal) dikelola secara profesional dan dipersiapkan memasuki era globalisasi.

Pada tahun 1997 Indomaret melakukan pola kemitraan (waralaba) dengan membuka peluang bagi masyarakat luas untuk turut serta memiliki dan mengelola sendiri gerai Indomaret. Pola waralaba ini ditawarkan setelah Indomaret terbukti sehat dengan memiliki lebih dari 700 gerai, yang didukung oleh sistem dan format bisnis yang baik.

Pengalaman panjang yang telah teruji itu mendapat sambutan positif masyarakat, terlihat dari meningkat tajamnya jumlah gerai waralaba Indomaret, dari 2 gerai pada tahun 1997 menjadi 1097 gerai pada Mei 2008. Program waralaba Indomaret yang tidak rumit terbukti dapat diterima masyarakat. Bahkan, sinergi pewaralaba (Indomaret) dan terwaralaba (masyarakat) ini merupakan salah satu keunggulan domestik dalam memasuki era globalisasi (*Sumber* : <http://www.Indomaret.com>,2017)

Adapun Logo Indomaret dapat dilihat pada gambar 1.2 sebagai berikut:



GAMBAR 1.2

Logo Indomaret

Sumber : www.indomaret.co.id, 2017

1.1.4 Visi dan Misi

VISI

"Terwujudnya Koordinasi Bidang Kesejahteraan Rakyat Untuk Mencapai Indonesia Sejahtera, Maju, dan Mandiri 2020"

MISI

"Mewujudkan Koordinasi Perencanaan dan Penyusunan Kebijakan, serta Sinkronisasi Pelaksanaan Kebijakan, Pengendalian Penyelenggaraan dan Pengawasan Pelaksanaan Kebijakan di Bidang Kesejahteraan Rakyat dan Penanggulangan Kemiskinan".

1.2. Latar Belakang

Seiring dengan banyaknya masyarakat Indonesia yang serba praktis dan tidak mau repot untuk berbelanja, pertumbuhan gerai waralaba juga semakin berkembang, hal ini dapat dilihat dari jumlah toko yang meningkat dari tahun ketahun. Semakin banyak gerai waralaba di Indonesia menimbulkan persaingan yang sangat ketat diantara toko-toko untuk menjadi yang terbaik dimata para konsumen, oleh karena itu dibutuhkan strategi dari setiap keputusan pembelian.

Salah satu hal yang bisa dilakukan perusahaan adalah dengan memberi layanan *online* dan juga *delivery* agar konsumen mudah berbelanja. *Website* toko yang bagus dan mudah di temukan tentu akan menjadi daya tarik bagi konsumen. *internet marketing* juga dapat mempengaruhi sikap konsumen pada suatu toko, seperti tingkah laku, kenyamanan, tingkat kepuasan, keputusan pembelian dan kepuasan konsumen (*Sumber: www.etalasebisnis.com,2016*).

Klik Indomaret adalah toko online Indomaret atau tempat belanja online Indomaret, salah satu inovasi dari Indomaret berupa *one stop online store* yang menyediakan berbagai macam produk dalam satu situs untuk memenuhi semua kebutuhan konsumen. Berikut alamat Indomaret yang telah menggunakan klik Indomaret di kota Bandung :

TABEL 1.2**Data Klik Indomaret Di Kota Bandung**

| No | Alamat Indomaret | No telepon |
|----|--|--------------|
| 1 | Jl. Nusa Indah raya no 113 Kel. Rancaekek Wetan Kec. Rancaekek | 08886280309 |
| 2 | Jl. Taman Kopo Indah 3 Kel. Rahayu Kec. Margaasih | 088802301109 |
| 3 | Jl. Griya Prima Raya Ruko Baru Kel. Malakasari Kec. Baleendah | 08882322381 |
| 4 | Jl. Arcamanik Endah No. 60 Kel. Makarjaya Kec. Arcamanik | 08882322809 |
| 5 | Jl. Raya Lembang No. 307 Kel. Jayagiri Kec. Lembang | 08882123955 |
| 6 | Jl. Logam no 42 Kel. Kujangsari Kec. Bandung Kidul | 08882321920 |
| 7 | Jl. Raya Taman Holis No. 38 Kel. Cigondewah Kec. Dandung Kidul | 088802301108 |
| 8 | Jl. Banyak Niaga Kulon Kel. Cipandeuy Kec. Padalarang | 08889451959 |
| 9 | Jl. Parakan Saat/ Ruko Sinergi Kel. Antapani Tengah Kec. Antapani | 08882320931 |
| 10 | Jl. Indrayasi No. 126 Kel. Cibaduyut Kec. Bojong Loa Kidul | 08882321913 |
| 11 | Jl. Ahmad Yani No. 669 (Gateway) Kel. Cicadas Kec. Cibeuning Kidul | 08882307992 |
| 12 | Jl. Batujajar No. 246 Kel. Laksana Mekar Kec. Padalarang | 08881947118 |
| 13 | Jl. Kecamatan Cimahi Kel. Cibabat Kec. Cimahi Utara | 08882322243 |
| 14 | Jl. Batununggal Indah 1 No. 44 Kel. Mengger Kec. Batununggal | 08889424245 |
| 15 | Jl. Ahmad Yani No 806 Kel. Cicadas Kec. Kiara Condong | 08882322442 |
| 16 | Jl. Babakan Sari No 93 Kel. Babakansari Kec. Kiaracondong | 08882321553 |
| 17 | Jl. Raya Ujung Berung No. 159 Kel. Cigending Kec. Ujung Berung | 08882322233 |
| 18 | Jl. Ciwastra No. 94 Kel. Margasari Kec. Margacinta | 088802301123 |
| 19 | Jl. Ir. H. Djuanda No. 302 Kel. Dago Kec. Coblong | 08882320940 |

(Bersambung)

(Sambungan)

| | | |
|----|--|--------------|
| 20 | Jl. Gerlong Hilir No. 172 Kel. Geger Kalong Kec. Sukasari | 08886280319 |
| 21 | Jl. Padasuka Suci Residence No. 14 – 16 Kel. Pasirayung Kec. Cibeunying Kidul | 08889431533 |
| 22 | Jl. Pasir Salam No. 3 Kel. Ancol Kec. Regol | 08882322575 |
| 23 | Jl. Cikutra Barat No. 325 Kel. Suka Luyu Kec. Cibeunying Kaler | 08882321965 |
| 24 | Jl. Sindangsirna No. 39 Kel. Gerlong Kec. Sukasari | 088802300961 |
| 25 | Jl. Karawitan No. 44 Kel. Turangga Kec. Lengkong | 08882322781 |
| 26 | Jl. Cijambe No. 23 Kel. Pasir Endah Kec. Ujungberung | 08889431532 |
| 27 | DS. Cicabe Kel. Sindang Galih Kec. Cimanggung | 08882322695 |
| 28 | Jl. Pagarsi No. 126 Kel. Cibadak Kec. Astana Anyar | 08882322886 |
| 29 | Jl. Pasir Kaliki No. 65 Kel. Arjuna Kec. Cicendo | 08889431541 |
| 30 | Jl. Cihampelas No. 198 Kel. Cibaganti Kec. Coblong | 08882321930 |
| 31 | Jl. Cicendo No 6A Kel. Babakan Ciamis Kec. Sumur Bandung | 08882322679 |
| 32 | Jl. Ciganitri GBA Raya RT 08 RW 11 | 08821893862 |

Sumber : Data Internal Perusahaan, 2017

Berdasarkan data Tabel 1.2 menjelaskan bahwa di kota Bandung terdapat 32 gerai Indomaret yang telah memanfaatkan aplikasi Klik Indomaret, dari data tersebut dapat di simpulkan bahwa Indomaret Bandung cabang Ciganitri juga termasuk Indomaret di kota Bandung yang telah menerapkan *internet marketing* melalui aplikasi Klik Indomaret. Walau Indomaret Bandung cabang Ciganitri tergolong Indomaret yang baru menerapkan *internet marketing* dengan aplikasi Klik Indomaret, Indomaret Bandung cabang Ciganitri memanfaatkan aplikasi Klik Indomaret dengan baik dalam promosi dan juga *delivery* produk ke tempat konsumen yang tidak sempat pergi ke Indomaret Bandung cabang Ciganitri. (*Sumber*: Wawancara *manager*, 2017)

Smartphone Users and Penetration in Asia-Pacific, by Country, 2014-2019
millions and % of mobile phone users

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|------------------------------------|--------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Smartphone users (millions) | | | | | | |
| China* | 482.7 | 525.8 | 563.3 | 599.3 | 640.5 | 687.7 |
| India | 123.3 | 167.9 | 204.1 | 243.8 | 279.2 | 317.1 |
| Indonesia | 44.7 | 55.4 | 65.2 | 74.9 | 83.5 | 92.0 |
| Japan | 46.2 | 51.8 | 55.8 | 58.9 | 60.9 | 62.6 |
| South Korea | 32.2 | 33.6 | 34.6 | 35.6 | 36.5 | 37.0 |
| Philippines | 21.8 | 26.2 | 29.9 | 33.3 | 36.5 | 39.2 |
| Vietnam | 16.6 | 20.7 | 24.6 | 28.6 | 32.0 | 35.2 |
| Thailand | 15.4 | 17.9 | 20.0 | 21.9 | 23.4 | 24.8 |
| Taiwan** | 15.1 | 16.4 | 17.2 | 17.8 | 18.3 | 18.6 |
| Australia | 13.5 | 14.6 | 15.4 | 16.0 | 16.5 | 16.8 |
| Malaysia | 8.9 | 10.1 | 11.0 | 11.8 | 12.7 | 13.7 |
| Hong Kong | 4.4 | 4.8 | 5.0 | 5.2 | 5.3 | 5.4 |
| Singapore | 3.8 | 4.0 | 4.2 | 4.3 | 4.4 | 4.6 |
| New Zealand** | 2.3 | 2.7 | 2.9 | 3.1 | 3.2 | 3.3 |
| Other | 57.1 | 72.1 | 86.6 | 100.4 | 113.3 | 125.4 |
| Asia-Pacific | 888.0 | 1,023.9 | 1,139.8 | 1,254.7 | 1,366.3 | 1,483.4 |

Sumber : eMarketer,2016

Gambar 1.3

Smartphone Users

Berdasarkan data yang di dapatkan pada Gambar 1.7 menjelaskan bahwa, pada tahun 2016 penggunaan *smartphone* di Asia Pasifik sekitar 1,139 miliar dan akan mengalami kenaikan hingga tiga tahun berikutnya seperti di tahun 2017 berjumlah 1,254 miliar sedangkan di tahun 2018 berjumlah 1,366 miliar. Adapun di tahun 2019 berjumlah 1,483 miliar, dengan begini perkiraan pertumbuhan *smartphone user* di Asia Pasifik mengalami kenaikan. Hal tersebut juga menjelaskan bahwa di setiap negara adanya kenaikan penggunaan *smartphone*, seperti yang di alami oleh di Indonesia pengguna *smartphone* mengalami kenaikan dari tahun 2016 berjumlah 65,2 pengguna, sedangkan di 2017 akan ada 74,9 juta pengguna. Dan pada 2018 dan 2019, terus tumbuh mulai dari 83,5 juta hingga 92 juta *mobile phone user* di Indonesia, dengan begini indonesia mengalami peningkatan penggunaan *smartphone* (Sumber : www.techno.okezone.com,2016).

Penulis memilih Indomaret cabang Ciganitri Bandung karena penggunaan *internet marketing* yang telah di terapkan sejak tahun 2013, setelah penerapan *internet marketing* di Indomaret Bandung cabang Ciganitri tidak terdapat kenaikan yang meningkat pada penjualan dan transaksinya, maka penulis memberi informasi yang lengkap mengenai *internet marketing*. Hal tersebut merupakan strategi pemasaran yang kreatif karena dapat memanfaatkan media

sosial dan *website* untuk meningkatkan keputusan pembelian dan profit bagi perusahaan. *Internet marketing* juga membantu Indomaret Bandung cabang Ciganitri dalam memperluas jaringan pasarnya. Karena di jaman moderen seperti sekarang banyak konsumen yang lebih memilih *delivery* dari pada datang ke toko. Penerapan *internet marketing* pada Indomaret Bandung cabang Ciganitri dapat di buktikan berdasarkan data dari *manager* toko Indomaret cabang Ciganitri Bandung, didapatkan data penjualan dan data transaksi penjualan di Indomaret cabang Ciganitri Bandung Berikut merupakan data hasil penjualan di Indomaret cabang Ciganitri Bandung dalam 12 bulan terakhir :

TABEL 1.3

Data Penjualan Indomaret Cabang Ciganitri Bandung

| No | Bulan | Tahun | Pendapatan |
|----|-----------|-------|-------------|
| 1 | Juni | 2016 | 421,154,696 |
| 2 | Juli | 2016 | 428,872,965 |
| 3 | Agustus | 2016 | 497,942,773 |
| 4 | September | 2016 | 498,354,282 |
| 5 | Oktober | 2016 | 503,054,605 |
| 6 | November | 2016 | 502,999,801 |
| 7 | Desember | 2016 | 511,183,285 |
| 8 | Januari | 2017 | 522,320,304 |
| 9 | Februari | 2017 | 501,203,549 |
| 10 | Maret | 2017 | 513,309,452 |
| 11 | April | 2017 | 518,293,532 |
| 12 | Mei | 2017 | 503,412,892 |

Sumber : Data Internal Perusahaan, 2017

TABEL 1.4

Data Transaksi Indomaret Cabang Ciganitri Bandung

| No | Bulan | Tahun | Transaksi |
|----|---------|-------|-----------|
| 1 | Juni | 2016 | 11,347 |
| 2 | Juli | 2016 | 13,069 |
| 3 | Agustus | 2016 | 15,409 |

(Sambungan)

| | | | |
|----|-----------|------|--------|
| 4 | September | 2016 | 14,858 |
| 5 | Oktober | 2016 | 15,024 |
| 6 | November | 2016 | 14,754 |
| 7 | Desember | 2016 | 15,736 |
| 8 | Januari | 2017 | 17,290 |
| 9 | Februari | 2017 | 15,302 |
| 10 | Maret | 2017 | 16,892 |
| 11 | April | 2017 | 16,234 |
| 12 | Mei | 2017 | 15,890 |

Sumber : Data Internal Perusahaan 2017

Dari tabel 1.2 dilihat bahwa jumlah penjualan di indomaret cabang Ciganitri Bandung selama 12 bulan terakhir ini mengalami peningkatan dan penurunan yang berubah-ubah setiap bulannya, dengan rata-rata penjualan melebihi 400 juta rupiah setiap bulannya. Berdasarkan data yang tersaji diatas penulis lebih menyoroti jumlah penjualan pada bulan Juni tahun 2016 sampai dengan bulan Mei tahun 2017, tepatnya pada bulan Juni sampai Desember 2016. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa jumlah penjualan bulan Juni 2016 lebih kecil dibandingkan dengan jumlah penjualan bulan Juli 2016, namun pada bulan Agustus 2016 penjualan sempat meningkat sedikit, serta pada bulan September 2016 penjualan mengalami peningkatan, serta dibulan Oktober 2016 penjualan mengalami peningkatan, pada bulan November 2016 mengalami penurunan, pada bulan Desember 2016 penjualan mengalami peningkatan pesat, pada bulan Januari 2017 mengalami peningkatan pesat, serta pada Februari 2017 terjadi penurunan, pada bulan Maret 2017 terjadi peningkatan penjualan, pada bulan April 2017 mengalami kenaikan penjualan, dan pada bulan Mei 2017 terjadi penurunan penjualan.

Penjelasan tentang data transaksi dari tabel 1.3 dilihat bahwa jumlah transaksi di indomaret cabang Ciganitri Bandung selama 12 bulan terakhir ini mengalami peningkatan dan penurunan yang berubah-ubah setiap bulannya, dengan rata-rata transaksi melebihi 11 ribu transaksi setiap bulannya. Berdasarkan data yang tersaji diatas penulis lebih menyoroti jumlah transaksi pada bulan Juni

tahun 2016 sampai dengan bulan Mei 2017, tepatnya pada bulan Juni sampai Desember 2016. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa jumlah transaksi bulan Juni 2016 lebih kecil dibandingkan dengan jumlah transaksi bulan Juli 2016, namun pada bulan Agustus 2016 transaksi sempat meningkat sedikit, serta pada bulan September 2016 transaksi mengalami penurunan, serta dibulan Oktober 2016 transaksi mengalami peningkatan, pada bulan November 2016 transaksi mengalami penurunan, pada bulan Desember 2016 transaksi mengalami peningkatan pesat, pada bulan Januari 2017 terjadi peningkatan transaksi, pada bulan Februari 2017 mengalami penurunan transaksi, pada bulan Maret 2017 terjadi kenaikan transaksi, pada bulan April 2017 terjadi sedikit penurunan transaksi, pada bulan Mei 2017 terjadi penurunan transaksi.

Berdasarkan tabel penjualan dan transaksi yang tiap bulannya mengalami peningkatan dan penurunan yang bersifat berubah-ubah tiap bulannya, perubahan nilai penjualan dan transaksi tersebut di pengaruhi oleh penerapan *internet marketing* oleh *manager* Indomaret Bandung cabang Ciganitri yang tidak menentu peningkatan dan penurunannya, apabila *internet marketing* diterapkan dapat tepat dan terusmenerus maka peningkatkan penjualan akan meningkat dengan pesat dan sesuai dengan tarket yang di inginkan oleh *manager* Indomaret Bandung cabang Ciganitri

GAMBAR 1.4



Home Website Indomaret

Sumber : www.indomaret.co.id, 2017



GAMBAR 1.5

***Home* Aplikasi LINE Indomaret**

Sumber : Lineid Indomaret, 2017

Selain paparan diatas *website* dan *lineid* PT Indomarc Prismatama memberikan informasi tentang *company profile* (profil perusahaan), layanan yang diberikan, dan juga untuk memberikan layanan (pemesanan produk online) bagi para konsumen yang ingin membeli barang secara online sehingga konsumen tersebut tidak perlu datang membeli barang di Indomaret.

Berdasarkan fenomena tersebut terbukti bahwa dalam menghadapi persaingan di bisnis retail, yang harus dilakukan perusahaan adalah menerapkan strategi yang menarik bagi konsumen agar mau berbelanja di toko, melakukan pembelian, merasa puas dan pada akhirnya melakukan pembelian ulang. Salah satunya adalah dengan cara memanfaatkan *internet marketing* yang kuat dan mudah serta perpaduan unsur-unsur tampilan di dalam maupun di luar *website* dan media sosial dengan promosi yang kreatif dan sering. Berdasarkan paparan diatas, maka judul yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah: “Pengaruh Internet Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Indomaret cabang Ciganitri Bandung Tahun 2017)”.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah *internet marketing* yang dilakukan pada Indomaret cabang Ciganitri Bandung ?
2. Bagaimanakah keputusan pembelian konsumen pada Indomaret Cabang ciganitri Bandung ?
3. Seberapa besar pengaruh *internet marketing* terhadap keputusan pembelian pada Indomaret cabang Ciganitri Bandung ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui *internet marketing* yang dilakukan pada Indomaret cabang Ciganitri Bandung
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian konsumen pada Indomaret cabang Ciganitri Bandung.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *internet marketing* terhadap keputusan pembelian pada Indomaret cabang Ciganitri Bandung.

1.5 Kegunaan Penelitian

Dari Hasil penelitian yang dilaksanakan di Indomaret, diharapkan berguna untuk :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai saran informasi untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan tentang sejauh mana pengaruh fungsi dari internet marketing terhadap keputusan pembeli konsumen. Selain itu memberi kontribusi sebagai bahan referensi untuk penelitian sejenis.

2. Kegunaan Praktis

Kegunaan Praktis dipraktekkan sebagai bahan pertimbangan bagi praktisi dan perusahaan yang akan mengambil kebijakan sistem dari internet marketing serta sebagai strategi pertumbuhan korporasi dalam meningkatkan kinerja perusahaan dalam rangka mencapai keunggulan kompetitif.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir

Sistematika penulisan dalam penelitian ini penulis menyusun lima bab uraian, dimana dalam setiap bab dilengkapi dengan sub bab masing-masing yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang gambaran umum objek observasi, latar belakang masalah objek observasi, perumusan masalah, tujuan observasi, kegunaan observasi serta sistematika penulisan laporan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada bab ini mengemukakan dengan jelas, ringkas dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian, meliputi uraian tentang jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini terisi tentang hasil penelitian secara sistematis kemudian dianalisis dengan metode analisis data yang ditetapkan dan selanjutnya dilakukan pembahasan tentang analisis tersebut.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini tentang kesimpulan dari penelitian serta saran yang dapat diberikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dalam penelitian ini.