

ABSTRAK

Suatu perusahaan harus bekerja keras untuk memenangkan persaingan dengan menciptakan dan memberi nilai yang unggul kepada para konsumen. Hal tersebut dilakukan agar suatu perusahaan dapat mempertahankan citra perusahaan di mata konsumen. Salah satu perusahaan yang dapat mempertahankan citranya di mata konsumen adalah Domino's Pizza. Domino's Pizza merupakan merek pizza yang berasal dari Amerika. Domino's Pizza dapat menarik keputusan pembelian konsumen dengan menggunakan beberapa macam bauran promosi, salah satunya dengan program promosi Selasa dan Kamis hemat. Akan tetapi hanya promosi itu saja yang lebih digencarkan oleh Domino's Pizza, padahal Domino's Pizza mempunyai banyak macam promosi, jadi dari wawancara yang saya lakukan dari beberapa konsumen Domino's Pizza, mereka hanya mengetahui promosi Selasa dan Kamis Hemat saja dan kurang mengetahui promosi-promosi lain yang dilakukan Domino's Pizza. Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian Domino's Pizza di Kota Bandung. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kausal dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner yang disebarakan kepada masyarakat Bandung. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *Nonprobability sampling* dengan jumlah sampel 385 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Bauran Promosi berpengaruh secara positif terhadap Keputusan Pembelian Dunkin' Donuts Bandung. Hal ini dapat dilihat dari hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($23,793 > 1,649$) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) dapat diketahui besarnya pengaruh variabel Bauran Promosi (X) terhadap keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 59,6%. Sedangkan sisanya sebesar 40,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa bauran promosi berada dalam kategori baik. Keputusan pembelian konsumen Domino's Pizza berada dalam kategori baik. Bauran promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Domino's Pizza di Kota Bandung.

Kata Kunci : Bauran Promosi, Keputusan Pembelian, Pemasaran