

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah penulis menyelesaikan tugas akhir karya ilmiah yang berjudul “Strategi Bauran Pemasaran Domino’s Pizza di Outlet Giant Harapan Indah”, penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Domino’s Pizza menggunakan bauran strategi berupa advertising (periklanan) dengan memproduksi iklan-iklan entah berupa spanduk, benner atau baliho yang terpampang di sudut atau pinggir jalan raya yang banyak dilalui oleh kendaraan, dengan harapan banyak yang melihat dan membacanya sebagai informasi tentang produk Domino’s itu sendiri. Tetapi masih banyak sekali kekurangan yang dilakukan oleh promosi advertising yang dilakukan oleh Domino’s Pizza mulai dari melalui media cetak dan elektronik di bandingkan dengan pesaingnya.

Domino’s Pizza Menggunakan strategi promosi *Direct Selling* yaitu karyawan mencari daftar nomor telepon pelanggan yang didapat dari layanan yang tersedia. setelah itu langsung menelpon konsumennya untuk menawarkan produk apa saja yang terbaru serta promosi-promosi apa saja yang baru di keluarkan, dengan tujuan konsumen tersebut membeli langsung produknya atau hanya sekedar memberikan informasi tentang produk. Tetapi, hal tersebut di rasa sangat kurang terhadap strategi tersebut.

Domino's Pizza juga selalu memberikan diskon-diskon serta promosi-promosi yang menarik untuk produknya selama tenggang waktu tertentu. Dengan memberikan diskon atau promosi diharapkan konsumen tertarik membeli produk dari Domino's Pizza dan Domino's Pizza memberikan bonus untuk setiap hari senin dan rabu dengan "buy one get one" supaya konsumen selalu loyal terhadap Domino's Pizza dan memilihnya sebagai keuntungan tersendiri.

Domino's Pizza juga menggunakan *Public Relation* guna menjalin hubungan baik antara konsumen dan pelaku bisnis dengan menyediakan layanan "Junior pizza Maker" dengan tujuan memberikan kesempatan anak-anak untuk merasakan dan mengetahui bagaimana proses pembuatan pizza. Selain itu, domino juga memberikan layanan *mobile phone* untuk layanan pertama di Indonesia untuk sebuah pemesanan Pizza.

Domino's Pizza juga menggunakan strategi promosi *Personal Selling* yaitu dengan karyawan berdiri di depan pintu mall, di pinggir jalan dengan memakai topeng atau badut khas Domino's Pizza dengan membagikan brosur atau menawarkan langsung produk-produk Domino's Pizza.

B. Saran

1. Domino's Pizza harus lebih gencar dan menarik lagi dalam melakukan prommosinya agar konsumen yang melihat dapat tertarik dan memiliki minat untuk membeli. Salah satunya dengan memperluas bauran promosi karena Domino's Pizza merupakan produk yang belum terlalu lama dan

belum terlalu banyak mengetahui seperti produk pesaingnya, maka harus membuat keinginan dan minat beli konsumen kembali terhadap produk Domino's Pizza.

2. Menambah store atau outlet lagi yang tersebar luas di Indonesia, supaya konsumen tidak terlalu sulit ketika mencarinya dan supaya Domino's dapat bersaing ketat dengan kommpetitor produk yang serupa.