

## **Analisis Efektifitas Strategi Pemasaran Promo Rp 16.000 Terhadap Peningkatan Penjualan Di Pizza Hut Delivery Salim Batubara Palembang**

**Doni Sang Putra, Fadilla, Choirunnisak**

Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah (STEBIS) Indo Global Mandiri

Email: donisangp@gmail.com

### **Abstrak**

Penelitian ini membahas tentang Analisis Efektivitas Strategi Pemasaran Promo Rp 16.000. strategi pemasaran akan memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan penjualan perusahaan, sehingga penelitian ini akan sangat membantu pelaku usaha dalam membantu memilih strategi pemasaran yang terbaik sehingga dapat meningkatkan penjualan produk-produk dalam waktu singkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemasaran di pizza hut delivery salim batubara palembang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskripsi, Sumber data yang digunakan adalah data primer dengan wawancara dan data sekunder data dokumen di pizza ht delivery. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 28 Februari – juni 2024. Hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa Strategi pemasaran yang dilakukan Pizza Hut Delivery Cabang Salim Batu Bara Palembang adalah menyediakan banyak pilihan menu, menjaga kualitas produk, memberikan pelayanan baik dan rama kepada konsumen, memberikan promo dan voucher gratis. Faktor pendukung penerapan strategi penjualan merupakan cara-cara di dalam proses penjualan yang dapat memberikan efek peningkatan pada nilai penjualan. alat-alat promosi yang digunakan sebagai berikut: sebar player, memberikan promo, whatsapp blast, up selling. Berdasarkan hasil penelitian diharapkan pelaku usaha khususnya pemilik Pizza Hut Delivery agar pemberian promo dalam pelaksanaan jual beli untuk tetap mempertahankan dan menjaga penerepan promo dan di harapkan dapat memperluas penjualan agar dapat meningkatkan penjualan dan memperoleh keuntungan yang lebih maksimal.

**Kata Kunci:** *Strategi Pemasaran, Promo, Peningkatan Sales, Promosi, Pizza Hut Delivery.*

### **Abstract**

*This research discusses the Effectiveness Analysis of the IDR 16,000 Promo Marketing Strategy. Marketing strategies will have a significant impact on the company's sales growth, so this research will really help business actors in helping choose the best marketing strategy so that they can increase product sales in a short time. This research aims to determine the*

## **Doni Sang Putra, Fadilla, Choirunnisak**

Analisis Efektifitas Strategi Pemasaran Promo Rp 16.000 Terhadap Peningkatan Penjualan Di Pizza Hut Delivery Salim Batubara Palembang

*marketing strategy of Dipizza Hut Delivery Salim Coal, Palembang. This research uses a qualitative approach with a description method. The data sources used are primary data with interviews and secondary data, document data on pizza ht delivery. This research was conducted on February 28 – June 2024. The results of the research explained in the previous chapter can be concluded that the marketing strategy carried out by Pizza Hut Delivery at the Salim Batu Bara Palembang Branch is to provide many menu choices, maintain product quality, provide good and friendly service. to consumers, providing free promos and vouchers. Supporting factors for implementing a sales strategy are methods in the sales process that can have an increasing effect on sales value. The promotional tools used are as follows: distributing players, giving promos, WhatsApp blast, up selling. Based on the research results, it is hoped that business actors, especially Pizza Hut Delivery owners, will provide promos in the implementation of buying and selling to maintain and maintain the implementation of promos and it is hoped that they can expand sales in order to increase sales and obtain maximum profits.*

**Keywords:** *Marketing Strategy, Promo, Increased Sales, Promotion, Pizza Hut Delivery*

## **Pendahuluan**

Pada dasarnya tujuan utama dalam mendirikan sebuah usaha adalah mencari laba semaksimal mungkin, selain itu keberhasilan suatu bisnis dalam mencapai tujuan itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan strategi dalam memasarkan produknya. Suatu usaha dapat menjual produknya dengan harga yang mengantungkan pada tingkat kualitas yang diharapkan, akan mampu mengatasi tantangan dari para pesaing terutama dalam bidang pemasaran menarik konsumen melakukan pembelian maka usaha itu harus bisa menerapkan suatu strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi. Keberhasilan strategi pemasaran itu dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu riset dan analisa pasar, keputusan tentang produk, penetapan harga, promosi dan distribusi.

Mengingat semakin tingginya pertumbuhan barang yang dibutuhkan oleh konsumen, baik dalam jumlah maupun jenisnya. Maka dalam hal ini mendorong agar dapat memenuhi berbagai macam barang kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen, pemilik usaha dengan ini mencari cara menyiapkan barang sesuai dengan keinginan konsumen (Ikhsan, 2021).

Di masa kini produksi makanan semakin bervariasi, berkembangnya produk makanan dapat menjadi peluang bagi wirausahawan. Terdapat banyak sekali jenis makanan yang di modifikasi menjadi makanan yang unik, dengan

bahan-bahan yang diolah oleh ahlinya. Salah satu bahan yang digunakan dalam produk makanan berasal dari hasil pertanian di Indonesia, yang digunakan sebagai penghasil makanan karbohidrat. Dengan berkembangnya suatu produk makanan, menjadikan bahan-bahan yang sebelumnya belum pernah diolah dapat digunakan sebagai variasi makanan yang berbeda.

Dalam menjawab kebutuhan masyarakat yang menginginkan gaya hidup yang praktis dan tidak ribet, khususnya dalam hal makanan cepat saji tanpa harus menghadapi antrean, Pizza Hut Delivery mempermudah pengalaman konsumen dengan memperkenalkan layanan pesan antar yang dikenal sebagai Pizza Hut Delivery atau PHD. Pizza Hut Delivery sistem informasi yang mendukung daya saing dan memperluas jangkauan konsumen di mana pun, sesuai dengan moto perusahaan, "to be wherever our customers are" (Kesumahati et al., 2023). Penggunaan internet menjadi fokus dalam poin penjualan Pizza Hut, memanfaatkannya secara efektif. Pizza Hut Delivery menciptakan koneksi antara perusahaan, supplier, dan konsumen melalui platform internet. Dengan menyediakan informasi yang memfasilitasi perencanaan dan pemantauan penjualan, Pizza Hut Delivery dapat menganalisis performa penjualan berdasarkan lini produksi produk, pelanggan, dan jenis pelanggan (Izzah et al., 2022)

Elemen penting dari pizza yang menarik konsumen (adalah tampilan, Tekstur dan rasa) terutama bergantung pada sifat adonan pizza. Masalah utama produksi pizza industri adalah kurangnya standarisasi pengolahan yang menentukan variabilitas penting parameter pengolahan dan sifat produk akhir seperti penampilan produk, tinggi, tekstur (Meilani & Rosa, 2023)

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah Untuk Mengetahui efektivitas strategi pemasaran promo RP 16.000 dalam peningkatan penjualan Dipizza Hut Delivery Salim Batubara Palembang seta untuk Mengetahui strategi peningkatan penjualan promo RP

16.000 Dipizza Hut Delivery Salim Batubara Palembang

## **Landasan Teori**

### **1. Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran merupakan strategi pemasaran di mana perusahaan berusaha menciptakan nilai bagi konsumen dan menjalin hubungan yang menguntungkan (Nofiani et al., 2021). Pemasaran seringkali dikaitkan oleh banyak pihak dengan penjualan (sales), sales promotion girl, iklan, promosi, atau produk. Bahkan seringkali orang menyamakan profesi marketer (pemasar) dengan sales (penjual). Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha dan pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta lokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan yang selalu berubah. Strategi pemasaran (marketing mix) adalah kumpulan alat pemasaran taktis yang terkendali dan dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan di pasar sasaran (Waluya, S 2020).

### **2. Pengertian promosi**

Promosi adalah sebagai serangkaian teknik yang digunakan untuk mencapai sasaran penjualan atau pemasaran dengan menggunakan biaya yang efektif, dengan memberikan nilai tambah pada produk atau jasa baik kepada perantara atau pemakai langsung. Biasanya tidak dibatasi dalam jangka waktu tertentu. Promosi tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen, melainkan sebuah alat untuk mempengaruhi dalam kegiatan pembelian sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya (Dzulkarnaen, A.R, 2022).

Promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan suatu pesan tertentu tentang produk baik barang atau jasa, merek dagang atau perusahaan dan lain sebagainya kepada konsumen sehingga dapat membantu pemasaran meningkatkan penjualan. Salah satu untuk membantu perusahaan dalam mengadakan komunikasi dengan konsumen adalah promosi, dapat disampaikan

informasi berupa pengetahuan mengenai produk yang ditawarkan. (Philip Kotler, 2022)

### 3. Pengertian Penjualan

Pengertian penjualan adalah pembelian suatu (barang atau jasa) dari satu pihak kepada pihak lainnya dengan mendapatkan ganti uang dari pihak tersebut. Penjualan merupakan sumber dari pendapatan perusahaan, semakin besar penjualan, semakin besar pula pendapatan yang diterima perusahaan. Tujuan penjualan adalah mendatangkan keuntungan atau laba dari produk atau barang yang dihasilkan produsen dengan pengelolaan yang baik. Dalam pelaksanaannya penjualan tidak dapat dilakukan tanpa adanya pelaku yang bekerja di dalamnya, misalnya pedagang, agen, dan tenaga pemasaran. (Sumiyati and Yatimatun 2021).

Penjualan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba atau keuntungan yang diinginkan. Penjualan juga berarti proses kegiatan menjual, yaitu dari kegiatan penetapan harga jual sampai produk didistribusikan ke tangan konsumen (pembeli).

### Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian studi kasus yang melibatkan pengamatan dan pembahasan suatu fenomena secara mendalam. Secara sistematis. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, gambar, dan tidak melibatkan statistik atau angka (Haryoko et al., 2020)

Dalam ulasan ini, perhatian tertuju pada strategi pemasaran restoran pada era digital yang memfokuskan pada restoran Pizza Hut Delivery, dalam hal akan mengulas tentang strategi-strategi dalam menghadapi dunia serba digital. Obyek

penelitian ini dilaksanakan di Pizza Hut Delivery Salim Batubara Kota Palembang.

Teknis analisis data dalam penelitian ini mengacu dalam analisis reduksi data (data reduction), penyajian data (data display) serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (conclusion drawing verification). Tahapan reduksi dilakukan oleh peneliti dengan terlibat langsung pada saat observasi, untuk mengeliminasi data yang akan dipakai dan dibuang. Data yang digunakan akan disajikan dalam bentuk teks naratif yang memudahkan pembaca kemudian peneliti akan menarik kesimpulan atas data yang telah disajikan.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **1. Gambaran Umum Pizza Hut Delivery**

Pizza Hut Delivery merupakan restoran pertama di Indonesia yang fokus pada layanan pesan-antar Pizza Hut Delivery yang berfokus pada layanan pesan-antar, dirancang untuk secara khusus menangkap segmen yang belum dimanfaatkan secara maksimal oleh restoran makan di tempat.

Pizza Hut Delivery memposisikan dirinya sebagai layanan pengiriman pizza interaktif terbaik, menyajikan pizza berkualitas tinggi yang diantar panas dari oven dan tepat waktu. Target konsumen Pizza Hut Delivery adalah pria dan wanita berusia 18-40 tahun, untuk mendukung konsep layanan pengiriman terpercaya, layanan populer Pizza Hut Delivery menjamin pesanan pelanggan dapat dipenuhi dalam waktu 30 menit, jika tidak, pelanggan akan menerima voucher pizza gratis. PHD terus membangun citranya sebagai restoran pesan antar modern dengan menyediakan layanan cepat dan andal melalui situs web dan aplikasi mobile.

Pemberian promo Rp.16.000 yang dilakukan oleh Pizza Hut Delivery Salim Batubara Palembang, sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen karena sangat memberikan keuntungan yang sangat besar bagi perusahaan. Media promosi yaitu sebagai berikut :

#### **a. Sebar Player**

Salah satu kegiatan promosi dengan cara menyebarkan brosur ke lokasi tertentu. (bisa perumahan/ toko/ kantor/ orang-orang tertentu). Bertujuan agar informasi iklan yang ada di dalam player tersebut tersampaikan ke pihak yang

menerima.

b. Memberi Promo

Memberikan promo bertujuan untuk menarik perhatian konsumen dan memperkenalkan merek ini kepada masyarakat luas. Dengan program ini, konsumen dapat memperoleh keuntungan dan diskon khusus ketika memesan makanan di Pizza.

c. Whatsapp Blast

Mengirim pesan dalam jumlah tak terbatas dalam waktu yang bersamaan. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk mencapai khalayak yang lebih luas dan mempercepat proses komunikasi dengan pelanggan.

d. Up selling

Sebuah teknik pemasaran produk yang dilakukan dengan cara menawarkan barang lain dengan harga yang cenderung lebih tinggi. Barang yang ditawarkan tersebut nantinya harus sejenis dengan barang yang sudah bisa menarik perhatian dari konsumen yang memandangnya.

Strategi penjualan adalah perencanaan dengan penuh perhitungan agar penjualan produk dan jasa meningkat. Strategi penjualan digunakan untuk menarik minat masyarakat terhadap produk dan jasa yang dijual. Strategi penjualan tidak sebatas pelanggan membeli produk Anda, tetapi bagaimana caranya agar pelanggan tersebut datang kembali untuk membeli produk lagi (Mustakim, A. 2020)

penerapan Strategi Pemasaran pada Pizza Hut Delivery Salim Batubara Palembang yaitu sebagai berikut :

a. Pizza Hut Delivery menyediakan banyak pilihan menu,

Menawarkan banyak pilihan menu. Tidak hanya menjual produk pizza saja, tetapi juga menjual beberapa pilihan jenis pasta, Chicken, Rice, Snacks, Drinks, Dan Desserts.

## **Doni Sang Putra, Fadilla, Choirunnisak**

Analisis Efektifitas Strategi Pemasaran Promo Rp 16.000 Terhadap Peningkatan Penjualan Di Pizza Hut Delivery Salim Batubara Palembang

b. Menjaga kualitas produk,

Selalu menggunakan bahan baku yang baru dan halal. Mendatangkan bahan baku langsung dari distrobutor yang terpercaya, bahan baku ketika sebelum digunakan juga akan melalui tahap atau proses penyortiran. Agar kualitas produk bisa selalu terjaga.

c. Memberikan pelayanan yang baik dan ramah kepada para konsumen

Dengan selalu tersenyum saat melayani konsumen dan menjelaskan kepada konsumen apa saja produk dan promo yang ditawarkan oleh Pizza Hut Delivery

d. Menyediakan banyak pilihan promo

Menyediakan promo, selalu memberikan banyak pilihan kepada konsumen. Karena di Pizza Hut Delivery dalam waktu 3 bulan sekali akan memperbarui promonya, itu semua bertujuan agar para konsumen selalu tertarik dengan Pizza Hut Delivery

e. Memberikan vocher gratis

Ketika melayani pemesan delivery order 30 menit dijamin tiba ditujuan. Jika mangalami keterlambatan lebih dari 30 menit, Pizza Hut Delivery akan memberikan vocher gratis makan pizza. Dengan ketentuan pemesanan harus melalui akun resmi Pizza Hut Delivery.

## **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan mengenai Analisis Strategi Pemasaran Promo Rp 16.000 Terhadap Peningkatan Sales Penjualan Dipizza Hut Delivery Salim Batubara Palembang, sangatlah efektif diterapkan, konsumen lebih tertarik dengan adanya promo besar-besaran sehingga perusahaan bisa membuat minat beli konsumen meningkat dari pada bulan sebelumnya.

Faktor pendukung penerapan Strategi Penjualan pada Pizza Hut Delivery Salim Batubara Palembang yaitu: memberikan Promo, Kerja sama dengan bank. Faktor pendukung penerapan Strategi penjualan dibutuhkan agar pelanggan merasa senang dengan gaya berjualan yang lakukan. bahwasanya penerapan Strategi penjualan merupakan cara-cara di dalam proses penjualan yang dapat

memberikan efek peningkatan pada nilai penjualan.

Strategi Penjualan pada Pizza Hut Delivery Salim Batubara Palembang yaitu sebagai berikut:

- a. Pizza Hut Delivery menyediakan banyak pilihan menu,
- b. Menjaga kualitas produk,
- c. Memberikan pelayanan yang baik dan ramah kepada para konsumen
- d. Menyediakan banyak pilihan promo
- e. Memberikan voucher gratis

## Daftar Pustaka

- Ahmad, & Muslimah. (2021). Memahami Teknik Pengolahan dan Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Proceedings, Vol 1*, Hal. 184.
- Aravik, H., Amri, H., & Febrianti, R. (2022). The Marketing Ethics of Islamic Banks: A Theoretical Study. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah, 7(2)*, 263-282.
- Dwiyanti, U., & Aravik, H. (2023). Strategi Pemasaran Produk Tabungan Batara Ib Dengan Akad Wadi'ah Yad Dhamanah Pada Bank Tabungan Negara Syariah Kapten A Rivai Palembang. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi, 2(1)*, 91-106.
- Alamanda, B. (2023). Strategi Pemasaran Menggunakan Iklan dan Media Sosial Perusahaan Domino's Pizza untuk Meningkatkan Hasil Penjualan. *Jurnal Larisa Ekonomi, 1(1)*, 26-37. [https://ejournallarisa.academytlp.camalia, E. \(2023\).](https://ejournallarisa.academytlp.camalia, E. (2023).)
- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022a). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Jurnal Pendidikan, Vol 6*, Hal. 3. <https://ummaspul.e-journal.id>
- Adlini, M. N., Dinda, A. H., Yulinda, S., Chotimah, O., & Merliyana, S. J. (2022b). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka. *Jurnal Pendidikan, Vol 6*, Hal 975.
- Ahmad, & Muslimah. (2021). Memahami Teknik Pengolahan dan Analisis Data
- Ahmad, & Muslima. (2021) Memahami Teknik Pengolahan Dan Analisis Data
- Ahmad Mas'ari, Hamdy, I. M., & Dinda, S. M. (2022). Analisa Strategi Marketing Mix

**Doni Sang Putra, Fadilla, Choirunnisak**

Analisis Efektifitas Strategi Pemasaran Promo Rp 16.000 Terhadap Peningkatan Penjualan Di Pizza Hut Delivery Salim Batubara Palembang

- Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada PT. Haluan Riau. *Jurnal Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri*, 5(2).
- Anas, M., Emelda, I. M., & Dharma, W. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Quantitative Strategic Planning Matrik (QSPM) Studi Kasus : Borneo Project. *Journal Unpar*, 7(2).
- Ariyanti, D. W. (2020). Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada Pelanggan Pizza Hut Di Solo. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Bugin, B. (2021). Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya (2nd ed.). Kencana prenada media group.
- Dzulkarnaen, A. R., & Kusuma Wardhani, N. I. (2022). Analisis Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Pizza Hut Surabaya. *Economos: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, <https://doi.org/10.31850/economos.v5i1.1612>
- Fadjri, A., & Silitonga, P. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Digital Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pizza Marzano Pondok Indah Mall 2. *Eduturisma*, 3(2), 1–20.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum, Vol.21*(No. 1. (2021)), hal. 37.
- Gunawan, A., Bisnis, F., & Akuntansi, D. (2022). *Universitas Katolik Musi Charitas 175 Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Dengan Nilai Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Pada Pizza Hut Delivery Di Kota Palembang Uji Koefisien Determinasi*. 1(3), 2022.
- Hasanah, H. (2020). Teknik-Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *Jurnal Peningkatan Mutu Keilmuan Dan Kependidikan Islam, Volume 8*, hlm.26
- Hayati, E., & Ekonomi, M. F. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada Pizza Hut Delivery Kayutangi Banjarmasin a. *Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari*.
- Heryati, I., & Fitriawati, D. (2020). Analisis Strategi Marketing Public Relations Pizza Hut Cimahi Di Tengah Pandemi Covid-19. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(2), 97. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i2.7941>
- Hijrah Wahyudi, & Mardiyati Mardiyati. (2021). Analisis Penerapan Strategi Bertahan Pizza Hut Indonesia & Kondisi Laba Periode Berjalan Selama Pandemi Covid-19.
- Ikhsan, H., Ghifari, A., Nurbani, S., & Pamela, A. W. (2021). *Perancangan Strategi Promosi Pizza Hotzz Di Kabupaten Cirebon Pizza Hotzz Promotion Strategy Design in Cirebon District*. 8(3), 1304–1315.

- Ikhsan, M.(2021). Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Dalam Hukum Islam [Universitas Islam Negri Raden Itan Lampung]
- Iksan, N., Imaddudin, & Athalarik, F. M. (2022). Komunikasi Pemasaran sebagai Upaya Rebuilding Image Pizza Hut Restoran di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Komunikasi Nusantara*,<https://doi.org/10.33366/jkn.v4i1.95>
- Ilmiah, J., Dan, E., & Covid, P. (2023). *Analisis Strategi Direct Selling Next Cross Pizzahut Terhadap Tingkat Penjualan Di Masa.Covid-19*
- Indrawati. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif Manajemen Dan Bisnis Konvergensi Teknologi Informasi Dan Komunikasi* (Rachmi (ed.); 1st ed.). PT. Refika Aditama.
- Kartika, T., & Napitupulu, K. Y. E. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Martabak Pizza Orins Cabang Pondok Gede Jakarta.*Economicus*,<http://ejournal.dewantara.ac.id/index.php/economicus/article/view/361%0>
- Kustiawati, K., Setiadarma, A., & Priliantini, A. (2020). Strategi Public Relations dalam Manajemen Isu Keamanan Pangan di Pizza Hut Indonesia. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 8(1), 53. <https://doi.org/10.31504/komunika.v8i1.1876>
- Kaharuddin. (2021). Kualitatif Ciri Dan Karakterne sebagai Metodologi, *Jurnal Pendidikan*, Vol. ix Hal. 2 <http://journal.unismu.ac.id>
- Laksono, B., Aliami, S., & Soeprajitno, E. D. (2022). Sinergi Strategi Customer Bonding Untuk Mempertahankan Loyalitas Pelanggan Di Pizza Hut Delivery Kota Kediri. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 495–503.
- Lupi dan Nurdin. 2021. Analisis Strategi Pemasaran Dan Penjualan E.Commerce Pada Tokopedia.Com. Jakarta: *Jurnal Elektronik Sistem Informasi dan Komputer*. Vol.2, No. 1
- Medina, R. A. A. (2021). Pola Spasial Pemilihan Lokasi Belanja Kebutuhan Primer Penduduk Kecamatan Bogor Tengah
- Mustakim, A. (2023). *Perancangan Strategi Bauran Pemasaran ( 7p ) Berdasarkan Analisis Segmenting , Targeting , Dan Positioning Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Royal Pizza Pekanbaru Oleh : Azirwan Mustakim.*
- Mekarisce, A. A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 12, 150
- Munasiroh, D., Nurawali, D. O., Rahmah, D. A., Suhailah, F., & Yusup, I. R. (2022).

**Doni Sang Putra, Fadilla, Choirunnisak**

Analisis Efektifitas Strategi Pemasaran Promo Rp 16.000 Terhadap Peningkatan Penjualan Di Pizza Hut Delivery Salim Batubara Palembang

Faktor-Faktor yang Berhubungan Dengan Perilaku Konsumsi Makanan Cepat Saji (Fast Food) Pada Mahasiswa. *An-Nadaa*, 6(2)

- Mustomi, D., Puspasari, A., & Azizah, A. (2020). Analisis Pemberian Diskon Terhadap Minat Beli Konsumen Dimasa Pandemic Covid-19. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 4(2), 289. [https://doi.org/10.36841/cermin\\_unars.v4i2.663](https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v4i2.663)
- Muthmainnah, H., & Triyanto, A. (2024). *Analisis Strategi Bersaing Pada Bisnis Kuliner (Studi Kasus Pizza Apa Ya)*. 1(1),
- Nur Fadillah, A., Katini Rusmayanti, H., Alfian, A., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh direct marketing terhadap keputusan pembelian impulsif pizza hut delivery. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 1-6. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/jurnalmanajemeN/article/view/9109/1201>
- Oktaviana, T., Meriyati, & Choirunnisak. (2023). Analisis Pemberian Diskon Jum ' At Sabtu Minggu ( JSM ) Terhadap Minat Beli. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen (JURBISMAN)*, 1(3), 837-846.
- Permatasari, V. P., Novriyani, Y., Audina, B., & Fahrin, S. M. (2021). Penerapan Strategi Pemasaran Makanan Siap Saji Pizza Hut Untuk. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/1336%0Ahttps://jptam.org/index.php/jptam/article/download/1336/1178>
- Pewarta, B. A. B., Farida, N., & Prihatini, A. E. (2022). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Pizza Hut Buaran Plaza Jakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*,
- Prodi, Z. E., Komunikasi, I., Sosial, J. I., Sosial, I., & Hukum, D. (2023). Pengaruh Brand Activation Pizza Hut Indonesia Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Limo Pizza. *The Commercium*,
- Putra, D. S. (2024). *Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Makanan Siap Saji Pizza Hut Delivery Basalica Hasan Kasim Kota Palembang*. 3(1).
- Putra, E., Kumadji, S., & Yulianto, E. (2016). Pengaruh Diskon Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Study pada konsumen yang membeli produk diskon di Matahari Department Store Pasar Besar Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*
- Radji, D. L., & Kasim, S. (2020). Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Delizza Pizza Kota Gorontalo. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 4(1), 17. <https://doi.org/10.37905/aksara.4.1.17-26>.
- Rijali, A. (2021). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Ilmu Dakwah*, Volume 17(No.33 Januari-Juni), hlm.90. <https://jurnal.uin-antasari.ac.id/>
- Ramadhany, N. P., Aravik, H., & Choirunnisak, C. (2023). Analisis Penerapan Prinsip Etika Bisnis Islam Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Rozza Bakery Palembang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*,

- Retnosary, (2021). Penerapan Strategi Penjualan Produk Organik Dalam Upaya Meningkatkan Daya Beli Konsumen: Studi Kasus P.T. Hero Supermarket Cikampek. Karawang: Jurnal Buana Ilmu. Vol. 1, No. 1.
- Sembiring, Suharyono, Kusumawati, (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan: Studi pada Pelanggan McDonald's MT.Haryono Malang. Malang: Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 15, No
- Sanusi, Bora, M. A., & Bayu.A. (2020). Pengembangan Kemasan Produk Khansa Pizza Untuk Meningkatkan Penjualan dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD). *Seminar LIS*, 69–78.
- Susilo, Y., Wijayanti, E., & Santoso, S. (2021). Penerapan Transformasi Digital Pada Pemasaran Ekonomi Kreatif Kuliner Minuman Boba. *JEMSI Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4).
- Ulfithroh, N. (2023). *Strategi Pemasaran dan Harga dalam Upaya Peningkatan Efektivitas Penjualan Sensor Ac di CV. Fassa Group Bandung*. 7, 2016–2023.
- Waluya, S. (2021). Analisis Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Domino ' s Pizza Cabang Jababeka Bekasi.
- Widayanti, W. (2021). Sikap Konsumen terhadap Multiatribut Produk Domino Pizza Dengan Metode Fishbein di Depok. Cakrawala. *Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, Vol. 19,
- Widiastomo, enrikus E. H., & Achsa, A. (2021). Strategi pemasaran terhadap tingkat penjualan. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, Vol18(No 1), 16. [journal.feb.unmul.ac.id](http://journal.feb.unmul.ac.id)
- Wibowo, Komariah, Kurniasih dkk. (2022). Strategi Promosi Perpustakaan Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia. Jakarta: Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan. Vol.2, No. 1.
- Widharta dan Sugiharto, (2023). Penyusunan Strategi Dan Sistem Penjualan Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai. Surabaya: Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. Vol.2, No. 1.
- YOGA, P. G. P. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Pada Domino'S Pizza Jimbaran. *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.

**Doni Sang Putra, Fadilla, Choirunnisak**

Analisis Efektifitas Strategi Pemasaran Promo Rp 16.000 Terhadap Peningkatan Penjualan Di  
Pizza Hut Delivery Salim Batubara Palembang