

ABSTRAK

J&C Cookies merupakan produsen kue kering yang berlokasi di kota Bandung, Jawa barat. Setiap tahunnya penjualan J&C Cookies meningkat minimal 35% dari penjualan tahun sebelumnya. Hal ini terjadi karena J&C Cookies mampu untuk menggunakan komponen bauran pemasaran dengan baik, seperti inovasi pada kemasan, varian rasa yang selalu bertambah, promosi penjualan dan banyak lainnya.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Sedangkan jenis penelitiannya adalah deskriptif. yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui dan menjadi mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh bauran pemasaran dari J&C Cookies Bandung terhadap keputusan pembelian konsumen. Bauran pemasaran terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promition*) dan tempat (*place*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian produk J&C Cookies Bandung tahun 2013. Sedangkan variabel yang berpengaruh signifikan adalah *promotion* dan *place*. Rekomendasi stategi yang disarankan agar J&C Cookies lebih mengembangkan strategi *promotion* dan *place*.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian