

Abstrak

Dalam menjalankan bisnis, bukan hanya modal dan produk berkualitas saja yang dibutuhkan, namun juga aspek pemasaran juga sangat dibutuhkan agar bisnis yang dijalankan dapat menghasilkan omset sesuai target begitu halnya dalam menjalankan bisnis makanan dan minuman, adanya strategi pemasaran juga sangat berpengaruh terhadap omset yang diperoleh pelaku bisnis, termasuk Bandrek Bajigur Café.

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui besarnya tingkat pengaruh bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dimana metode pengumpulan data yang digunakan berupa kuesioner. Penentuan sampel yang digunakan untuk menyebar kuesioner, menggunakan metode *Nonprobability Sampling* dengan menggunakan teknik *Convenience sampling*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan skala pengukuran yang digunakan adalah skala *likert* poin 4. Populasi pada penelitian ini adalah orang-orang yang pernah membeli produk minuman dari Bandrek Bajigur Café pada bulan November 2013 sampai dengan September 2015 dengan total responden sebanyak 400 orang. Pada penelitian ini juga menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dan pengolahan data menggunakan SPSS 20.0 *for windows*.

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diketahui bahwa seluruh variabel bauran pemasaran berpengaruh kepada keputusan pembelian secara simultan. Bila dilihat secara partial hanya variabel harga, tempat dan promosi yang berpengaruh secara signifikan sedangkan variabel produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Setelah mengetahui hasil yang diperoleh saran yang dianjurkan pada variabel produk sendiri adalah meningkatkan kekhasan aroma dari produk sedangkan untuk variabel lainnya harus mempertahankan usaha yang telah dilakukan.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Tempat, Promosi