

## ABSTRAK

Café Kesini Geura merupakan salah satu café yang bergerak pada bidang kuliner yang beralamat di Jalan Cemara No. 32 Kecamatan Sukajadi Kelurahan Pasteur, 40161. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap proses keputusan pembelian konsumen pada Café Kesini Geura.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Café Kesini Geura Bandung dan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Bernoulli, sehingga diperoleh jumlah sampel sebesar 100 responden. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan; (1) Bauran Pemasaran Jasa Café Kesini Geura berdasarkan dimensi *product*, *Price*, *Place*, *Promotion*, *People*, *Physical evidence* dan *Process* berada dalam kategori baik; (2) Proses Keputusan Cafe Kesini Geura berdasarkan dimensi pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, proses keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian berada dalam kategori baik; (3) *Product* ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap proses keputusan pembelian; (4) *Price* ( $X_2$ ) secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap proses keputusan pembelian; (5) *Place* ( $X_3$ ) secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap proses keputusan pembelian; (6) *Promotion* ( $X_4$ ) secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap proses keputusan pembelian; (7) *People* ( $X_5$ ) secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap proses keputusan pembelian; (8) *Physical Evidence* ( $X_6$ ) secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap proses keputusan pembelian; (9) *Proces* ( $X_7$ ) secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap proses keputusan pembelian; (10) Kemudian pada uji simultan F (Uji F), bauran pemasaran jasa berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat proses keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Bauran Pemasaran Jasa, Proses Keputusan Pembelian Konsumen, Café Kesini Geura Bandung.