

ABSTRAK

Jumlah restoran/rumah makan mulai mengalami peningkatan, dengan demikian industri ini merupakan bisnis yang potensial, sehingga tidak sedikit pelaku usaha yang memanfaatkan kesempatan tersebut untuk membuka bisnis di industri makanan dan minuman. Namun tidak semua rumah makan/restoran yang dapat mempertahankan eksistensinya karena persaingan bisnis yang kompetitif. Strategi pemasaran pada suatu perusahaan sangat penting, hal itu juga yang menentukan kemajuan sebuah perusahaan. Untuk menarik minat konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh Bober Cafe maka dibutuhkan adanya strategi bauran pemasaran seperti produk, harga, tempat, promosi, proses, lingkungan fisik, dan orang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian konsumen di Bober Cafe. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Model regresi pada penelitian ini yaitu $Y = 0,517 + 0,178 X_1 + 0,002X_2 + 0,120X_3 + 0,406X_4 + 0,065X_5 + 0,110X_6 + 0,019X_7$. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa produk, harga, tempat, promosi, proses, lingkungan fisik, dan orang secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pada hasil uji t menunjukkan bahwa produk, tempat, promosi, dan lingkungan fisik berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Bober Cafe, sedangkan harga, proses, dan orang tidak berpengaruh. Nilai R (Koefisien Korelasi) yang diperoleh sebesar 0,673 dan nilai R Square (Koefisien Determinasi) sebesar 0,453 atau 45,3%. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian adalah sebesar 45,3%, dan sebesar sisanya 54,7% yang dipengaruhi oleh faktor lain.

Keywords: Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian