

ABSTRAK

Bisnis food and beverage (FnB) adalah salah satu sektor industri yang terus berkembang dari waktu ke waktu. Bisnis (FnB) juga memainkan peran penting dalam perekonomian di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Bauran Pemasaran 7P terhadap Keputusan Pembelian di Kedai Kopi Aceh Gayo. Strategi bauran pemasaran yang baik dan implementatif akan menciptakan keputusan pembelian konsumen pada sebuah bidang usaha.

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan jenis *non-probability sampling* dengan metode *accidental sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan realibilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji regresi linear sederhana menggunakan software SPSS. Sedangkan untuk pengujian hipotesis menggunakan uji parsial (uji t) dan uji koefisien determinasi (R-Square).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bauran pemasaran 7P (produk, harga, promosi, tempat, orang, bukti fisik, dan proses) terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian di kedai kopi aceh gayo yang dibuktikan dengan nilai t hitung $>$ t tabel ($19.371 > 1.98$) dan nilai signifikansi ($.000 < 0.05$). Besar pengaruh antara variabel Bauran Pemasaran 7P terhadap variabel Keputusan Pembelian adalah sebesar 79.3% dan sisanya 20.7% dipengaruhi dari faktor variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian, Marketing.