

ABSTRAK

Kedai Kopi Anjis Bandung merupakan usaha kuliner yang tengah berkembang terletak Jl Bengawan No. 34 Bandung. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat permasalahan sehubungan dengan keputusan pembelian konsumen yang diduga disebabkan oleh bauran pemasaran jasa yang dilakukan oleh Kedai Kopi Anjis Bandung seperti produk, promosi dan people yang belum dilaksanakan secara optimal.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analisis, teknik pengumpulan data dengan observasi non partisipan, wawancara terstruktur dan penyebaran angket kepada 30 responden yang dipilih secara acak. Analisa data yang digunakan adalah koefisien korelasi *rank spearman*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi bauran pemasaran jasa Kedai Kopi Anjis Bandung secara umum dapat dikatakan dalam kondisi optimal dilihat dari *product, price, place, promotion, people* dan *physical evidence*, namun masih terdapat permasalahan di prosesnya. Adapun untuk kondisi keputusan pembelian konsumen secara umum dapat dikatakan sudah optimal dilihat dari pengenalan kebutuhan, evaluasi alternatif, dan perilaku pasca pembelian. Namun masih terdapat permasalahan dalam hal keputusan pembelian dan pencarian informasi. Adapun besaran pengaruh yang ditemukan bauran pemasaran jasa terhadap keputusan pembelian konsumen Kedai Kopi Anjis Bandung sebesar 72,5 %. Sisanya yaitu 27,5 % dipengaruhi oleh faktor lain tidak teridentifikasi, seperti jumlah wisatawan daerah bandung, cuaca, dan periode akhir bulan.

Saran-saran yang dapat peneliti kemukakan antara lain Kedai Kopi Anjis Bandung sebaiknya melaksanakan bauran pemasaran jasa yang belum sepenuhnya dilakukan oleh Kedai Kopi Anjis Bandung yaitu produk, people dan promosi. Kedai Kopi Anjis Bandung sebaiknya memperhatikan hal-hal tentang keputusan pembelian yang belum sepenuhnya dilakukan oleh Kedai Kopi Anjis Bandung mengenai Manajemen Kedai Kopi Anjis Bandung sebaiknya melakukan bauran pemasaran jasa yang belum sepenuhnya optimal dilakukan oleh Kedai Kopi Anjis Bandung yaitu dari segi produk, people dan promosi sehingga Kedai Kopi Anjis Bandung diharapkan teliti dalam memenuhi apa yang diinginkan oleh konsumen agar bisa meningkatkan penjualan pada Kedai Kopi Anjis Bandung.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran Jasa, keputusan pembelian konsumen