**ABSTRAK**

*Osiris Coffee* adalah salah satu *coffee shop* di kota Bandung. Berlokasi di Jalan Kalimantan No.11 Bandung, Osiris Coffee menawarkan aneka pilihan *coffee* yang bisa dipesan sesuai dengan selera dan rasa yang disukai pembeli. Berdasarkan penelitian diketahui bahwa terdapat permasalahan sehubungan dengan keputusan pembelian konsumen, sebagai berikut: 1) Dimana konsumen masih kurang antusias dalam mencari informasi mengenai produk atau jasa yang disediakan oleh *Osiris Coffee*, 2) Dimana keputusan pembelian konsumen terhadap *Osiris Coffee* masih rendah. Permasalahan tersebut diduga karena bauran pemasaran jasa yang belum optimal: 1) Promosi yang dilakukan oleh *Osiris Coffee* masih terbilang minim, 2) Tempat atau lokasi *cafe* kurang strategis.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analisis. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi nonpartisipan, wawancara terstruktur, penyebaran angket atau kuisioner dan studi kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode *sucsessive interval*, uji validitas alat ukur, uji reliabilitas, pengujian hipotesis, koefisien korelasi X pada Y, pengujian regresi linier sederhana dan koefisien determinasi. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian maka kontribusi atau pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap Keputusan pembelian Konsumen sebesar 52,42% atau dapat dikatakan bahwa varians yang terjadi pada variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y) 52,42% ditentukan oleh varians yang terjadi pada variabel Bauran Pemasaran Jasa (X). Sisanya sebesar 47,58% ditentukan oleh faktor-faktor lain diluar penelitian seperti keadaan ekonomi, gaya hidup dan banyak pilihan.

Hambatan-hambatan yang dihadapi oleh *Osiris Coffee Bandung* adalah 1) Lokasi *Osiris Coffee* Bandung yang kurang strategis sehingga lokasi *cafe* tidak dikenali oleh konsumen karena lokasi *cafe* tidak dilewati oleh transportasi umum dan jarang dilewati oleh masyarakat, 2) Promosi yang dilakukan *Osiris Coffee* Bandung kurang gencar hal ini diakibatkan belum adanya tenaga kerja khusus yang menangani kegiatan promosi. Usaha-usaha yang dilakukan untuk menanggulangi hambatan-hambatan tersebut: 1) Untuk mengatasi lokasi *Osiris Coffee* Bandung yang kurang strategis, pemilik usaha melakukan peningkatan dari segi promosi dan lokasi seperti kenyamanan, keindahan, akses jalan yang baik dan tempat parkir yang memadai, 2) Pemilik usaha membuat kebijakan-kebijakan untuk mengatur operasional usaha agar terencana dan terarah. Kebijakan yang dibuat tersebut antara lain adalah tenaga kerja untuk membantu operasional usaha khususnya tenaga kerja dibidang pemasaran (promosi) untuk meningkatkan penjualan usaha.

Saran dari penelitian ini adalah sebaiknya menejemen *Osiris Coffee* Bandung mempertahankan bauran pemasaran jasa dari segi *product, price, people, physical evidance* dan *process*, dan meningkatkan bauran pemasaran jasa dari segi *place* dan *promotion*.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran Jasa, Keputusan Pembelian Konsumen

***ABSTRACT***

*Osiris Coffee is one coffee shop in the city of Bandung. Located at Jalan Borneo 11 Bandung, Osiris Coffee offers a wide selection of coffee that can be ordered in accordance with the tastes and flavors favored buyers. Based on the research note that there are problems with respect to consumer purchasing decisions, as follows: 1) Where the consumer is still less than enthusiastic in seeking information about the products or services provided by Osiris Coffee, 2) Where the purchase decisions of consumers towards Osiris Coffee still low. The problem is anticipated by marketing mix is ​​not optimal: 1) Promotion conducted by Osiris Coffee still fairly minimal, 2) The place or cafe less strategic locations.*

*The method used is descriptive analysis method. Data collection techniques were used that nonparticipant observation, structured interviews, questionnaires or questionnaire and literature study. Data analysis technique used is the method sucsessive interval, test the validity of measuring instruments, reliability testing, hypothesis testing, correlation coefficient of X on Y, simple linear regression testing and coefficient of determination. Based on data obtained from the research results contribute to or influence marketing mix to consumer purchase decisions by 52.42% or it can be said that the variances that occur on Consumer Purchase Decision variable (Y) 52.42% determined by the variance that occurs in a variable mix marketing Services (X). The remaining amount of 47.58% is determined by factors other than research such as economic circumstances, lifestyle and plenty of choice.*

*The obstacles faced by Osiris Coffee Bandung is 1) Location Osiris Coffee Bandung is less ideally so that the location of the cafe is not recognized by consumers because of the location of the cafe is not passed by public transportation and rarely passed by the community, 2) Promotion by Osiris Coffee Bandung less intense this is due to the lack of specialized labor force that handles promotional activities. Efforts are being made to overcome these barriers: 1) To resolve the location of Osiris Coffee Bandung less strategic, business owners make improvements in terms of promotion and locations such as comfort, beauty, good road access and adequate parking space, 2) business owners create policies to manage business operations to be planned and directed. Policies that created these include labor to help enterprises, especially labor operations in the field of marketing (promotions) to increase business sales.*

*Suggestions from this study is better management of Osiris Coffee Bandung maintain service marketing mix in terms of product, price, people, physical evidance and process, and improve the marketing mix in terms of place and promotion.*

*Keywords: Marketing Mix Services, Consumer Purchase Decision*

**RINGKESAN**

*Osiris Coffee* nyaeta salah sahiji *coffee shop* di dayeuh Bandung. Berlokasi di Jalan Kalimantan No.11 Bandung, *Osiris Coffee* nawarkeun rupi-rupi pilihan *coffee* anu tiasa dipesan luyu kalawan selera sarta rasa anu disukai pembeli. Dumasar panalungtikan dipikanyaho yen aya masalah sehubungan kalawan kaputusan pembelian konsumen,minangka berikut: 1) Di manten konsumen kirang keneh antusias dina pilari informasi ngeunaan produk atawa jasa anu disadiakeun ku *Osiris Coffee*, 2)di manten kaputusan pembelian konsumen ka *Osiris Coffee* pendek keneh. Masalah kasebat disangka margi bauran pamasaran jasa anu tacan optimal: 1) Promosi anu dipigawe ku *Osiris Coffee* kaitung keneh minim, 2) Tempat atawa lokasi cafe kirang strategis.

Metode panalungtikan anu dipake nyaeta padika deskriptif analisis. Teknik pengumpulan data anu dipake yaktos observasi nonpartisipan, wawancara terstruktur, sumebarna angket atawa kuisioner sarta studi kepustakaan. Teknik analisis data anu dipake nyaeta padika sucsessive interval, uji validitas pakakas ukur, uji reliabilitas, pengujian hipotesis, koefisien korelasi X dina Y, pengujian regresi linier basajan sarta koefisien determinasi. Dumasar data anu ditampa ti kenging panalungtikan mangka kontribusi atawa pangaruh bauran pamasaran jasa ka Kaputusan pembelian Konsumen sagede 52,42% atawa tiasa disebutkeun yen varians anu lumangsung dina variabel Kaputusan Pembelian Konsumen (Y) 52, 42% dicindekkeun ku varians anu lumangsung dina variabel Bauran Pamasaran Jasa (X). Sesana sagede 47,58% dicindekkeun ku faktor-faktor sanes diluar panalungtikan sepertos kaayaan ekonomi, gaya hirup sarta seueur pilihan.

Tahanan-tahanan anu disanghareupan ku *Osiris Coffee* Bandung nyaeta 1) Lokasi *Osiris Coffee* Bandung anu kirang strategis ku kituna lokasi *cafe* henteu dipikawanoh ku konsumen margi lokasi *cafe* henteu diliwatan ku transportasi umum sarta carang diliwatan ku balarea, 2) Promosi anu dipigawe *Osiris Coffee* Bandung kirang gencar perkawis ieu dibalukarkeun tacan kitu kaayaanana tanagi damel husus anu nungkulan kagiatan promosi. Usaha-usaha anu dipigawe kanggo menanggulangi tahanan-tahanan tersebut: 1) Kanggo nungkulan lokasi *Osiris Coffee* Bandung anu kirang strategis, nu boga usaha ngalakukeun kanaekan ti sagi promosi sarta lokasi sepertos kenyamanan, kaendahan, akses jalan anu sae sarta tempat parkir anu nyukupan, 2) Nu boga usaha midamel kawijakan-kawijakan kanggo mengatur operasional usaha supados terencana sarta museur. Kawijakan anu didamel kasebat antawis sanes nyaeta tanagi damel kanggo ngabantuan operasional usaha hususna tanagi damel dibidang pamasaran (promosi) kanggo ngaronjatkeun penjualan usaha.

Bongbolongan ti panalungtikan ieu teh sasaena menejemen *Osiris Coffee* Bandung ngabela bauran pamasaran jasa ti sagi *product*, *price*, *people*, *physical evidance* sarta *process*, sarta ngaronjatkeun bauran pamasaran jasa ti sagi *place* sarta *promotion*.

Sanggem Konci : Bauran Pamasaran Jasa, Kaputusan Pembelian Konsumen