**ABSTRAK**

Nafs Tour Travel mangrupa salah sahiji pausahaan jasa anu adeg dina warsih 2012. Nafs Tour Travel mangrupa awak usaha anu usik dibidang jasa lalampahan wisata,anu menyajikan salah sahiji jasa dina ngalakukeun travelling ngaliwatan *package tour* anu di tawarkan ka para konsumen. ayeuna masalah anu disanghareupan pausahaan yaktos ti sagi ketertarikan konsumen luhur produk jasa anu di sajikeun. Masalah ieu disangka jalaran ku kagiatan promosi anu kirang dimaksimalkeun ku pausahaan.

Padika panalungtikan anu diange nyaeta padika deskriptif analisis. dimanten anu barobah kaayaan variabel X nyaeta Bauran Pamasaran sarta anu barobah kaayaan variabel Y nyaeta kaputusan pembelian. Teknik pengumpulan data anu diange yaktos observasi sarta non partisipan, wawancara terstruktur, sumebarna angket atawa kuesioner sarta studi kepustakaan. Teknik analisis data anu diange nyaeta analisis skor, uji validitas instrumen, uji reliabilitas instrumen, pangujian regresi linier basajan, uji hipotesis, koefisien korelasi rank spearman (rs) sarta koefisien determinasi.

Dumasar data anu ditampa ti kenging penelitiaan menunjukeun pangaruh bauran pamasaran jasa ka kaputusan pembelian sagede 66.91% atawa tiasa disebutkeun deui, yen varians anu lumangsung dina variabel Kaputusan Pembelian (Y) 66.91% dicindekkeun ku varians anu lumangsung dina variabel Bauran Pamasaran Jasa (X). Sesana, sagede 30.09% dicindekkeun ku faktor-faktor sanes diluar panalungtikan, sepertos kaayaan ekonomi balarea, lingkungan sarta hal mekar teknologi.

Tahanan-tahanan anu disanghareupan ku Nafs Tour Travel dina milampah prinsip-prinsip bauran pamasaran yaktos kagiatan promosi anu henteu tiasa dijalankeun sacara maksimal sarta persaingan pangaos anu beuki heureut kalawan pausahaan anu ngabogaan eksistensi anu ageung.

Peneliti ngusulkeun supados Nafs Tour Travel langkung memaksimalkeun sarana sosial media kanggo ngalakukeun kagiatan promosi sacara ageng, sarta mikeun program diskon ka para konsumen. Peneliti ngarep, Nafs Tour Travel langkung nengetan prinsip-prinsip bauran pamasaran dina midamel hiji kaputusan sarta ngarep aya pihak sanes anu ngayakeun panalungtikan langkung teras diluar variabel anu parantos peneliti pigawe.

Saur Kunci: Bauran Pamasaran sarta Kaputusan Pembelian