

ABSTRAK

Café LOL (*Lick Over Lips*) merupakan salah satu café yang bergerak pada bidang kuliner khususnya *dessert* yang beralamat di Jalan Emong No. 20A Bandung. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan adanya permasalahan yang terkait dengan kurang optimalnya keputusan pembelian konsumen yang disebabkan belum optimalnya pelaksanaan bauran pemasaran jasa pada café LOL (*Lick Over Lips*) Bandung.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analisis. Teknik pengumpulan data yang digunakan bersumber dari data primer dan data sekunder yaitu mencakup kegiatan observasi non – partisipan, wawancara terstruktur, penyebaran angket kepada responden dan studi kepustakaan. Teknik analisis data dengan melakukan pengujian instrumen penelitian yaitu dengan cara uji validitas dan reliabilitas instrumen, sedangkan analisis data menggunakan regresi linier sederhana, korelasi *product moment pearson*, uji hipotesis dan koefisien determinasi.

Hasil analisis korelasional menggunakan rumus korelasi *product moment pearson* diperoleh nilai korelasi sebesar 0.784, termasuk kedalam kategori hubungan yang kuat, koefisien determinasi sebesar 61.5% dan sisanya sebesar 38.5% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak teridentifikasi. Pengujian hipotesis (uji t) menemukan t-hitung sebesar 12.19, sedangkan t-tabel adalah sebesar 1.658, derajat kepercayaan sebesar 95% dengan kekeliruan 5% ($\alpha = 0.05$), sehingga t-hitung lebih besar dari t-tabel dan signifikan. Maka bauran pemasaran jasa mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada café LOL (*Lick Over Lips*) Bandung. Hambatan – hambatan yang dihadapi café LOL (*Lick Over Lips*) yaitu adanya keterbatasan biaya baik untuk melakukan promosi secara besar – besaran maupun untuk mencari lokasi yang strategis, belum dibuatnya seragam kerja untuk para pegawai karena pemilik café berencana merekrut pegawai baru, dalam merekrut pegawai sulit untuk mendapatkan pegawai yang loyal, adanya kesalahan takar dalam proses pembuatan produk yang dilakukan oleh pegawai dan adanya keterlambatan pengiriman bahan baku untuk pembuatan produk.

Saran – saran yang dapat peneliti berikan yaitu sebaiknya bekerja sama dengan investor atau mencari *partner* untuk menanam modal pada café, seragam kerja sebaiknya dibuat semenarik mungkin agar pegawai terlihat rapih dan kompak di mata konsumen, membentuk loyalitas pegawai dengan cara memberikan motivasi, memberikan *reward* kepada pegawai yang giat dalam bekerja dan membuat tahapan – tahapan pembuatan produk serta perlu mencatat stok bahan baku agar mengetahui stok bahan baku yang tersedia.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran Jasa, Keputusan Pembelian Konsumen