

ABSTRAK

Perkembangan rumah makan dan restoran di Jawa Barat mengalami peningkatan setiap tahunnya. Kota Bandung merupakan ibukota provinsi Jawa Barat dan merupakan salah satu kota destinasi pariwisata para wisatawan domestik maupun mancanegara. Salah satu bisnis pariwisata yang berkembang di Kota Bandung adalah bisnis wisata kuliner seperti rumah makan dan restoran. Restoran Bebek Garang cabang Braga tidak hanya menjual produk tetapi juga memberikan pelayanan kepada pelanggan dalam proses penjualan produknya. Untuk dapat terus bersaing, Restoran Bebek Garang cabang Braga mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, pertumbuhan jumlah pelanggan yang menurun menjadi faktor utama yang menjadi masalah dalam penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana bauran pemasaran dan keputusan pembelian pada Restoran Bebek Garang cabang Braga, serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kuantitatif, sedangkan berdasarkan tujuan penelitian ini tergolong dalam studi deskriptif dengan penekanan pada hubungan kausal. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *no probability sampling* dengan metode *convenience sampling*. Responden terdiri dari 100 konsumen Restoran bebek garang cabang Braga yang pernah melakukan pembelian di restoran tersebut. Kuesioner ini memiliki 33 pernyataan Teknik analisa data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS 22.

Dari penelitian ini diketahui bahwa bauran pemasaran (79,2%) dan keputusan pembelian (77%) masuk dalam kategori baik. Secara parsial variabel produk (5,6%), harga (11,5%), tempat (8,9%), orang (8,6%) dan proses (4,2%) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel promosi (0,6%) dan bukti fisik (4,7%) tidak berpengaruh signifikan dalam keputusan pembelian. Secara simultan bauran pemasaran dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Restoran Bebek Garang cabang Braga sebesar 44% sedangkan sisanya sebesar 59% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian, Restoran Bebek Garang cabang Braga Bandung