

Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana pengaruh bauran pemasaran jasa meliputi produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, layanan pelanggan dan bukti fisik terhadap keputusan pembelian. Tipe penelitian yang digunakan adalah *eksplanatory*. Populasi yang diteliti adalah pelanggan atau pengunjung Kids Fun Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *systematic random sampling* dengan menggunakan sampel 60 responden. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari responden. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner.

Alat analisis yang digunakan adalah analisis statistik diskriptif dan analisis inferensial dengan regresi berganda. Dengan uji t dan uji F untuk menguji hipotesis baik secara parsial maupun simultan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara bauran pemasaran jasa meliputi produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, layanan pelanggan dan bukti fisik terhadap keputusan pembelian dengan F diperoleh F_{hitung} sebesar 37,963 dengan probabilitas sebesar 0,000. Karena $Sig F_{hitung} < 0,05$ ($0,000 < 0,05$, besarnya koefisien determinasi ($adj.R^2$) = 0,834 yang menunjukkan variabel bebas secara simultan mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar 83,4%. Secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara produk dengan keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,306 dan p value sebesar 0,025 yang berarti **$0,025 < 0,05$** . terdapat pengaruh yang signifikan antara harga dengan keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,780 dan p value sebesar 0,008 yang berarti **$0,008 < 0,05$** . terdapat pengaruh yang signifikan antara tempat dengan keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,196 dan p value sebesar 0,033 yang berarti **$0,033 < 0,05$** . terdapat pengaruh yang signifikan antara promosi dengan keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,284 dan p value sebesar 0,002 yang berarti **$0,002 < 0,05$** . terdapat pengaruh yang signifikan antara orang dengan keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,596 dan p value sebesar 0,012 yang berarti **$0,012 < 0,05$** terdapat pengaruh yang signifikan antara proses dengan keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,702 dan p value sebesar 0,009 yang berarti **$0,009 < 0,05$** . terdapat pengaruh yang signifikan antara bukti fisik dengan keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,855 dan p value sebesar 0,006 yang berarti **$0,006 < 0,05$** . ada satu variabel yang tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian yaitu variabel Pelayanan Pelanggan nilai t_{hitung} sebesar 1,905 dan p value sebesar 0,062 yang berarti **$0,062 > 0,05$** .

Berdasarkan hasil penelitian maka yang harus diperhatikan adalah variabel pelayanan pelanggan, sedangkan variabel yang perlu dipertahankan adalah variabel promosi