**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa yaitu produk, harga, promosi, orang dan proses terhadap keputusan pembelian pelanggan CV Computa di Yogyakarta baik secara parsial maupun simultan. Seluruh data dalam penelitian ini diperoleh dari penelitian menggunakan kuesioner dengan sampel 100 responden yang melakukan pembelian notebook pada rentang waktu Nopember – Desember 2014. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, uji signifikansi parameter individual (uji t), uji signifikansi simultan (uji F). Hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang signifikan antara bauran pemasaran jasa terhadap keputusan pembelian pelanggan CV Computa di Yogyakarta secara simultan. Variabel produk memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian pelanggan CV Computa di Yogyakarta.

*Kata kunci: Produk, harga, promosi, orang, proses, keputusan pembelian*

**ABSTRACT**

*This research aims to determine the effect of the marketing mix product, price, promotion, people and process to buying decision process of customers CV Computa in Yogyakarta either partially or simultaneously. All data ini this research were obtained from study using questionnaires with a sample of 100 respondents who do purchase of a notebook in span November to December 2014. The techniques of analysis in this research using multiple linear regression analysis, individual parameter significance test (t test), Simultaneous significance test (f test). The results of this research showed a significant effect of the marketing mix to buying decision proses of customers CV Computa in Yogyakarta to simultaneously. Variable variable product is the dominant influence the buying decision proses of customers CV Computa in Yogyakarta*

*Key words: Product, price, promotion, people, process, buying decision process*