

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK JAMU GODOG
(STUDI KASUS DI P4S MENOREH HERBAL KABUPATEN MAGELANG)

Oleh:
Destia Aviani

Intisari

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran (7P) secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian jamu godog, serta bauran pemasaran mana yang memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian jamu godog. Lokasi penelitian berada di P4S Menoreh Herbal Kabupaten Magelang dan dilaksanakan mulai bulan Maret-Juni tahun 2023. Jenis penelitian adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Lokasi penelitian dipilih secara *purposive*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling*. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji T, dan uji F. Hasil penelitian yang didapatkan yaitu variabel *product*, *place*, *promotion*, *people*, dan *physical evidence* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian produk jamu godog di P4S Menoreh Herbal; variabel *price*, dan *process* tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk jamu godog di P4S Menoreh Herbal; bauran pemasaran 7P berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk jamu godog di P4S Menoreh Herbal; variabel *place* merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian produk jamu godog di P4S Menoreh Herbal.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian, Jamu Godog, P4S Menoreh Herbal