

## ABSTRACT

This research was conducted in Meranti District, Asahan Regency, focusing on the mobile herbal medicine business of Mrs. Mamy in June 2024. To meet consumer needs, Mrs. Mamy's mobile herbal medicine business must consider the four marketing mix elements: product, price, promotion, and place. These elements interrelate and impact consumer purchasing decisions for Mrs. Mamy's mobile herbal medicine. The method used was Multiple Linear Regression with SPSS 29. The resulting multiple linear regression equation from the study is  $Y = 20.511 + 0.003X_1 - 0.314X_2 + 0.300X_3 - 0.129X_4$ . The F-test results show that the variables product, price, promotion, and place significantly affect consumer purchasing decisions with an F-value of 3.290 and a significance level of  $0.019 < 0.05$ . The t-test results indicate that the price and promotion variables positively and significantly influence consumer purchasing decisions with a significance level of  $0.021 < 0.05$ . In contrast, the product and place variables do not significantly influence consumer purchasing decisions, as their significance values are greater than the alpha level of 0.05.

**Keywords:** herbal medicine, product, price, promotion, place

## RINGKASAN

DEVI SYAHFITRI, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Jamu Keliling di Kecamatan Meranti Kabupaten Asahan (Studi Kasus: Usaha Jamu Milik Ibu Mamy). Dibimbing oleh SURYADI dan RIANI.

Jamu merupakan resep tradisional turun-temurun dari leluhur yang dipercaya berkhasiat sebagai obat untuk menghilangkan berbagai macam penyakit dan meningkatkan kesehatan. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Meranti Kabupaten Asahan pada usaha jamu milik Ibu Mamy. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah produk, tempat, harga, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan membeli Jamu Keliling Ibu Mamy Kecamatan Meranti Kabupaten Asahan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara kebetulan (*accidental sampling*). Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan atau bersama-sama bahwa produk, harga, promosi dan tempat mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian jamu keliling Ibu Mamy. Sedangkan secara parsial menunjukkan bahwa variabel harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jamu keliling Ibu Mamy, sementara variabel produk dan tempat tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jamu keliling Ibu Mamy.

Kata kunci: jamu, produk, harga, promosi, tempat