

ABSTRAK

Jamu adalah obat tradisional di Indonesia yang dibuat dari bahan-bahan alami berupa bagian dari tumbuhan dan ada juga yang menggunakan bahan dari buatan (bahan kimia). *green marketing* adalah segala aktivitas pemasaran dengan bertanggungjawab terhadap lingkungan, yaitu dengan seminimum mungkin memberikan dampak yang negatif terhadap lingkungan.), bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah sebagai seperangkat variabel pemasaran, yang dapat dikendalikan dan dipadukan perusahaan untuk menghasilkan tanggapan yang diinginkan didalam pasar sasaran. Kegiatan- kegiatan yang dimaksud dalam definisi tersebut adalah keputusan dalam empat variabel, yaitu produk, harga, distribusi, dan promosi. Pengertian sikap dalam psikologis didefinisikan sebagai kecenderungan yang dinyatakan dengan mengevaluasi entitas tertentu dengan beberapa derajat mendukung atau tidak disukai. *Satisfaction* adalah kepuasan terkait dengan kualitas produk. Kualitas terbaik dari produk dapat membuat konsumen merasa lebih puas, sehingga menjadikan pelanggan bersedia untuk mengulang pembelian. *Purchase Intention* atau keinginan membeli merupakan apa yang konsumen pikir mereka akan membeli. Analisis path (analisis jalur) merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (model causal) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Pada pengujian sub struktur 1 didapatkan bahwa variabel *marketing mix* yang berpengaruh secara signifikan terhadap *attitude*. Pada pengujian sub struktur 2 didapatkan bahwa variabel *marketing mix* dan *attitude* yang berpengaruh secara signifikan pada *purchase intention*.

Kata Kunci: *Green marketing, marketing mix, satisfaction, attitude, purchase intention, analisis path, Jamu.*

ABSTRACT

Herbal medicine is a traditional medicine in Indonesia, which is made from natural materials such as parts of plants, and some are using materials from artificial (chemical green marketing is all marketing activities with an environmentally responsible, with minimum negative effects on the environment.), the marketing mix (marketing mix) is a set of marketing variables, which can be controlled and the combined company to produce the desired response in the target market. The activities referred to in the definition is the decision of the four variables: product, price, distribution, and promotion. Understanding the psychological attitude is defined as the tendency expressed by evaluating a particular entity with some degree of favor or out of favor. Satisfaction is the satisfaction related to product quality. The best quality of the product can make consumers feel more satisfied, so that customers are willing to make repeat purchases. Purchase Intention or willingness to buy is what consumers think they are buying. Path analysis (path analysis) is an extension of the multiple linear regression analysis or analysis of lines is the use of regression analysis untukmenaksir causal relationships between variables (causal models) predetermined based on the theory. In testing the sub-structure of 1 shows that marketing mix variables that significantly influence attitude. On testing substructures 2 shows that marketing mix variables and attitude having a significant effect on purchase intention.

Keywords: Green marketing, marketing mix, satisfaction, attitude, purchase intention, path analysis, Jamu.