

## ABSTRAK

**MUHAMMAD ZEIDAN ZEIN GUMAY (71180712033)** dengan judul skripsi **Pengaruh Bauran Pemasaran 7P (Marketing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik Tanaman Pakcoy (*Brassica rapa L.*) Pada Masa New Normal Di Kota Medan**. Penelitian ini dibimbing oleh Prof. Dr. Ir. Djohar Arifin Husin sebagai ketua komisi pembimbing dan Dian Hendrawan, S.P.,M.M sebagai anggota komisi pembimbing. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik pakcoy di Kota Medan. Penelitian ini menggunakan data yang didapatkan dari hasil wawancara dengan konsumen sayuran hidroponik pakcoy di Brastagi Supermarket dengan 84 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel *place* dan *people* terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik pakcoy. Namun, pada variabel *price*, *place*, *product*, *process*, dan *physical evidence* tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian sayuran hidroponik pakcoy di Kota Medan.

**Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian, Sayuran Hidroponik Pakcoy**

## ABSTRACT

**MUHAMMAD ZEIDAN ZEIN GUMAY (71180712033)** with the thesis title ***The Effect of 7P Marketing Mix on the Purchase Decision of Pakcoy (Brassica rapa L.) Hydroponic Vegetables During the New Normal In Medan City.*** This research was guided by Prof. Dr. Ir. Djohar Arifin Husin as chairman of the supervisory commission and Dian Hendrawan, S.P.,M.M as a member of the supervisory committee. The purpose of this study was to analyze the effect of product, price, place and promotion on purchasing decisions for Pakcoy hydroponic systems in Medan City. This research used data obtained from interviews with consumers of pakcoy hydroponic vegetables at Brastagi Supermarket with 84 respondents. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. The results showed that the place and people variables had a significant influence on the purchasing decisions of pakcoy hydroponic vegetables. However, the price, place, product, process, dan physical evidence variables did not have a significant effect on purchasing decisions for pakcoy hydroponic vegetables in Medan City.

**Keywords: Marketing Mix, Purchase Decision, Pakcoy Hydroponic Vegetables**