

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemasaran *online*, minat konsumen, dan diversifikasi produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Juragan Tani. Permasalahan yang diangkat adalah bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di era digital yang semakin berkembang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 100 konsumen Toko Juragan Tani yang dipilih secara acak. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel *independen* (pemasaran *online*, minat konsumen, dan diversifikasi produk) terhadap variabel *dependen* (keputusan pembelian). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran *online*, minat konsumen, dan diversifikasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Di antara ketiga variabel tersebut, pemasaran *online* memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa peningkatan strategi pemasaran *online* dan diversifikasi produk dapat secara signifikan meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Saran yang diajukan adalah agar Toko Juragan Tani terus berinovasi dalam strategi pemasaran *online* dan diversifikasi produk untuk menarik dan mempertahankan minat konsumen.

Kata Kunci: Pemasaran *online*, Minat konsumen, Diversifikasi produk, Keputusan pembelian, Toko Juragan Tani

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of online marketing, consumer interest, and product diversification on purchasing decisions at the Juragan Tani Store. The problem raised is how these factors influence consumer purchasing decisions in the increasingly developing digital era. This research uses a quantitative approach with a survey method. Data was collected through a questionnaire distributed to 100 randomly selected Juragan Tani Shop consumers. Data analysis was carried out using multiple linear regression to test the influence of independent variables (online marketing, consumer interest, and product diversification) on the dependent variable (purchasing decisions). The research results show that online marketing, consumer interest, and product diversification have a positive and significant influence on purchasing decisions. Among these three variables, online marketing has the most dominant influence on consumer purchasing decisions. The conclusion of this research is that improving online marketing strategies and product diversification can significantly improve consumer purchasing decisions. The suggestion given is that Juragan Tani Shop continues to innovate in online marketing strategies and product diversification to attract and maintain consumer interest.

Keywords: Online marketing, consumer interest, product diversification, purchasing decisions, Juragan Tani Store

