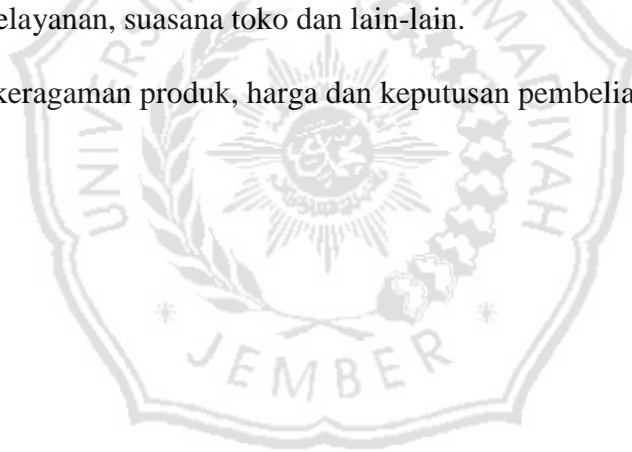


## ABSTRAK

Penelitian bertujuan menganalisis pengaruh keragaman produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Indomaret, Kecamatan Sumbersari, Jember. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Indomaret di Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember. Sampel yang digunakan sebanyak 60 responden, menggunakan teknik *incidental sampling*. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa keragaman produk dan harga secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Analisis regresi menunjukkan bahwa keragaman produk dan harga memiliki nilai koefisien positif, artinya jika produk yang dijual semakin beragam dan harganya semakin terjangkau maka keputusan konsumen untuk melakukan pembelian di Indomaret akan semakin meningkat. Analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa 55.7% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh keragaman produk dan harga, sedangkan sisanya sebesar 44.3% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti pelayanan, suasana toko dan lain-lain.

Kata kunci: keragaman produk, harga dan keputusan pembelian



## **ABSTRACT**

*This research aims to analyze the influence of product diversity and price to purchase decision at Indomaret, Sumbersari, Jember. The population in this research are all Indomaret customers in Sumbersari, Jember. The samples used were 60 respondents, using the technique of probability sampling with incidental sampling approach. The results of this research prove that product diversity and price have a positive and significant impact on purchase decision. Regression analysis shows that product diversity and price have positive coefficient value, it showed that the higher value of product diversity and price, it will cause an increase in purchase decision at Indomaret. Coefficient determination analysis shows that 55.7% of purchase decision influenced by product diversity and price. While the remaining 44.3% is influenced by other variables outside the model or equation, like service, store atmosphere and others.*

*Key words: product diversity, price and purchase decision*

