

Devi Syalwa Ranjani. 10221533

**PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KERAGAMAN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE**

Penulisan Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma, 2024

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis Pengaruh Harga, Promosi, dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada *E-Commerce* Shopee.

Metode analisis pada penelitian ini menggunakan data primer kuantitatif, tahap uji yang dilakukan adalah : uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linear berganda, uji T, uji F, koefisien determinasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan instrument kuesioner, dan data valid yang berhasil dikumpulkan sebanyak 100 responden. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Alat bantu yang digunakan adalah SPSS 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga, Promosi dan Keragaman Produk berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap Keputusan Pembelian serta variabel yang paling dominan terhadap Keputusan pembelian adalah variabel Keragaman produk.

Kata kunci: *Harga, Promosi, Keragaman Produk dan Keputusan Pembelian*

(xiii + 73 + lampiran)

Daftar Pustaka (2001 – 2023)