

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisa pengaruh harga, kualitas produk, keragaman produk dan media sosial terhadap keputusan pembelian produk Keramik Milan di Wringinanom Gresik. Peneliti memilih populasi yakni masyarakat yang menggunakan produk keramik Milan di Wringinanom Gresik, sesuai survei yang sudah peneliti lakukan selama 2 minggu pada tanggal 6 Januari 2022 sampai dengan 20 Januari 2022 mendapatkan jumlah 122 orang yang menggunakan produk keramik Milan dan sampel yang digunakan berjumlah 94 orang. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*, selanjutnya data diambil dengan menggunakan kuisioner dan dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedasitas, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis koefisien determinasi (R^2), uji t & F. Sesuai hasil pengujian yang sudah peneliti lakukan didapatkan temuan bahwa secara parsial dan simultan bahwa ada pengaruh harga, kualitas produk, keragaman produk dan media sosial terhadap keputusan pembelian produk Keramik Milan di Wringinanom Gresik.

Kata Kunci : Harga, kualitas produk, keragaman produk, media sosial & keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study was conducted with the aim of analyzing the effect of price, product quality, product diversity and social media on purchasing decisions of Milan Ceramics in Wringinanom Gresik. Researchers chose the population, namely people who use Milan ceramic products in Wringinanom Gresik, according to a survey that was carried out for 2 weeks from January 6, 2022 to January 20, 2022, got a total of 122 people who used Milan ceramic products and the samples used were 94 people. The technique used in this study was accidental sampling, the data was then taken using a questionnaire and tested for validity, reliability test, normality test, multicollinearity test, autocorrelation test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, hypothesis test of the coefficient of determination (R²), test t & F. According to the results of the tests that have been carried out, the researchers found that partially and simultaneously there is an influence of price, product quality, product diversity and social media on the purchasing decision of Milan Ceramics products in Wringinanom Gresik.

Keywords : *Price, product quality, product diversity, social media & purchasing decisions.*