

ABSTRACT

A purchase decision is made from several alternatives caused by a person's need for a particular product or service. This research was conducted with the aim to determine the effect of price, promotion, and product diversity on purchase decisions. The population in this study were management students of PGRI Adi Buana University in Surabaya with a total sample of 120 respondents. Using the questionnaire method with incidental sampling techniques. Analysis of the data used is multiple linear regression with the hypothesis test that had previously been tested by the instrument test and classical assumption test. The result showed that the variables Price, Promotion and Diversity of Product significantly influence Purchasing Decisions on E-Commerce Shopee simultaneously and partially.

Keyword: *price, promotion, product diversity, purchase decisions*

ABSTRAK

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan yang dilakukan dari beberapa alternatif yang disebabkan oleh kebutuhan seseorang akan suatu produk atau jasa tertentu. Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dari harga, promosi dan keragaman produk terhadap suatu keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya dengan jumlah sampel sebanyak 120 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan memakai menggunakan teknik insidental sampling. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan uji hipotesis yang sebelumnya telah dilakukan uji instrumen dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara variabel Harga, Promosi dan Keragaman Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee secara simultan dan parsial.

Kata kunci: harga,promosi,keragaman produk, keputusan pembelian