

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keragaman produk, *social media marketing* dan harga terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah 42.446 penduduk desa Bojongkulur. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 100, dihitung berdasarkan rumus Slovin. Metode penarikan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian adalah kuisisioner. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square*. Penelitian ini membuktikan bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Social media marketing* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Keragaman Produk, Social Media Marketing, Harga, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product diversity, social media marketing and prices on purchasing decisions. The population in this study were 42,446 people of Bojungkulur village. The sample used is 100, calculated based on the Slovin formula. Sampling method using purposive sampling. The data collection method uses a survey method, with the research instrument being a questionnaire. Methods of data analysis using Partial Least Square. This study proves that product diversity has a positive and significant effect on purchasing decisions. Social media marketing has no significant effect on purchasing decisions. Price has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Product Diversity, Social Media Marketing, Prices, Purchasing Decisions



UNIVERSITAS
MERCU BUANA