

ABSTRAK

Marwia, tahun 2019, Pengaruh Harga dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada *Online Shop* (Studi Kasus pada Konsumen *Online Shop* di Unismuh Makassar), Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Bapak Andi Mappatempo dan Pembimbing II Bapak Asdar.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada *online shop* di unismuh makassar, (2) pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada *online shop* di unismuh makassar. Jenis penelitian yang digunakan adalah survei. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian produk di *online shop*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 120 orang. Pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian konsumen pada *online shop* di unismuh makassar, dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,424 > 0,05$, dan koefisien regresi sebesar $-0,104$; (2) keragaman produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada *online shop* di unismuh makassar, dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan koefisien regresi sebesar $0,702$.

Kata Kunci : Harga, Keragaman Produk dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Marwia, 2019, The Effect of Price and Product Diversity on Consumer Purchasing Decisions in an Online Shop (Case Study on Online Shop Consumers at Unismuh Makassar), Thesis Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University, Makassar. Supervised by Supervisor I Mr. Andi Mappatempo and Supervisor II Mr. Asdar.

This study aims to determine: (1) the effect of prices on consumer purchasing decisions at an online shop in Makassar, (2) the influence of product diversity on consumer purchasing decisions at an online shop at Makassar. This type of research is a survey. The population in this study are consumers who have purchased products in an online shop. The sampling technique used purposive sampling with a total sample of 120 people. Sampling using simple random sampling technique. Data collection techniques using a questionnaire that has been tested for validity and reliability. The data analysis technique used to answer the hypothesis is multiple regression. The results of this study indicate that: (1) the price has a negative effect on consumer purchasing decisions at the online shop in Makassar, as evidenced by the significance value of $0.424 > 0.05$, and the regression coefficient of -0.104 ; (2) product diversity has a positive effect on consumer purchasing decisions at an online shop in Makassar, as evidenced by a significance value of $0,000 < 0.05$ and a regression coefficient of 0.702 .

Keywords: Price, Product Diversity and Purchasing Decisions

