

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP
PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE* ELEVENIA**

Disusun Oleh:

Fahrudin

Dibawah bimbingan :

Efi Fitriani. S.E., M,Si

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keragaman produk dan promosi terhadap keputusan pembelian di E-Commerce Elevenia. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Teknik sampling menggunakan non probability sampling, dengan cara accidental sampling. Analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, dan analisis koefisien determinasi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 35% dan kontribusi pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 16%. Sisanya 49 dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Maka keragaman produk dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial.

Kata kunci : Keragaman Produk, Promosi Penjualan, Keputusan Pembelian