

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA ONTEL
DI TOKO AGUNG JOMBANG**

ABSTRAK

Oleh:

M. Libasut Taqwa

Dosen Pembimbing:

Dr. Indra Kurniawan, S.Sos.,MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keragaman produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian sepeda ontel di Toko Agung Jombang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan explanatory research. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Dalam pengambilan sampel dengan menggunakan teknik sampel accidental sampling, dengan jumlah sampel 100 responden, sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan ialah dengan menggunakan kuesioner kepada Toko Agung Jombang. Metode yang digunakan untuk mengolah dan menganalisis data adalah uji validitas, uji reliabilitas dengan *Alpha Cronbach*, uji asumsi klasik, analisis regresi sederhana, dan uji t.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa keragaman produk yang tinggi dapat meningkatkan keputusan pembelian dan persepsi harga yang bagus dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci: Keragaman Produk, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian