

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah keragaman produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan dampaknya pada kepuasan konsumen di Minimarket Tiga-A Bandung dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi proses keputusan pembelian di Minimarket Tiga-A Bandung.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan metode verifikatif dengan teknik pengumpulan data studi kepustakaan, studi di lapangan dan kuesioner. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen Minimarket Tiga-A Bandung yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *Non Probability Sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok. Setelah penyebaran kuesioner, hasil kuesioner tersebut di analisis dengan menggunakan analisis jalur, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keragaman produk dan harga, memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan keputusan pembelian berpengaruh pada kepuasan konsumen. Berdasarkan analisis statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabel nya bersifat reliabel. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah harga, hal ini terlihat dari koefisien determinasi pengaruh keragaman produk dan harga terhadap keputusan pembelian, berdasarkan *Standardized Coefficients Beta* menunjukan harga lebih besar memiliki pengaruh pada keputusan pembelian dibandingkan dengan keragaman produk. Saran peneliti adalah untuk meningkatkan proses keputusan pembelian dapat dilakukan dengan cara laba yang didapat dari harga per unit produk tidak terlalu besar, namun kemungkinan besar konsumen akan membeli secara rutin.

Kata Kunci : Keragaman produk, harga, keputusan pembelian, dan kepuasan konsumen