

## **ABSTRAK**

Aktivitas bisnis distro saat ini yang semakin ketat mendorong para pelaku bisnis distro mempunyai strategi yang jitu agar aktivitas bisnisnya dapat unggul. Menjamurnya distro sudah menjadi hal yang lumrah dikarenakan negara ini merupakan negara berkembang yang memiliki banyak sekali penduduk yang kebanyakan membeli barang dalam bentuk eceran. Para pengusaha distro terus berubah seiring dengan perubahan teknologi, perkembangan dunia usaha, dan tentunya kebutuhan konsumen, menjadikan keputusan pembelian konsumen berbeda-beda. Objek dalam penelitian ini adalah Distro Papersmooth Bandung. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh keragaman produk dan media promosi Terhadap Keputusan pembelian konsumen. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu membagikan kuisioner kepada 53 responden dari populasi 179 selama 1 bulan konsumen Distro Papersmooth Bandung. Hasil penelitian menggunakan metode analisis regresi linier berganda, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Korelasi Berganda, Koefisien determinasi, Koefisien determinasi parsial ( $R^2$ ), Uji Hipotesis Simultan, dan Uji Hipotesis Parsial. Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keragaman produk dan media promosi berpengaruh positif dan signifikan Keputusan Pembelian. Besar Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) adalah 80,3% yang artinya bahwa nilai sebesar 80,3%, Keputusan Pembelian di pengaruhi variabel independen, sedangkan sisanya sebesar 19,7% di pengaruhi oleh variabel lainnya.

**Kata Kunci : Keragaman Produk, Media promosi dan Keputusan pembelian**