

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keragaman produk dan promosi terhadap keputusan pembelian di E-Commerce Lazada.co.id. 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 keragaman produk dan promosi secara simultan mempunyai kontribusi pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan koefisien determinasi yaitu sebesar 66,5%. Kontribusi pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 18,7% dan kontribusi pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 47,6%. Sisanya 33,5 dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Maka keragaman produk dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara simultan maupun secara parsial.

Kata Kunci : Keragaman Produk, Promosi, Keputusan Pembelian.