

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan berdasarkan data penurunan kontribusi subsektor industri kreatif Kabupaten Bandung terhadap PDRB tahun 2018 sampai dengan tahun 2020, yang mana industri kreatif *fashion* memiliki kontribusi terbesar terhadap PDRB namun persentase setiap tahunnya mengalami penurunan yang membuat jenis usaha *fashion* khususnya distro laki-laki memiliki penurunan pada tahun 2018 sampai 2020. Berdasarkan data transaksi distro laki-laki yang ada di Kabupaten Bandung, usaha distro laki-laki dengan jumlah transaksi terendah adalah Rxkingline19. Penurunan jumlah transaksi pada pengaruh *digital marketing* dan keragaman produk terhadap proses keputusan pembelian (survei pada pada konsumen Rxkingline19 secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, korelasi berganda dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *digital marketing* dan keragaman produk terhadap proses keputusan pembelian. Besarnya pengaruh *digital marketing* dan keragaman produk terhadap proses keputusan pembelian secara simultan 70% dan sisanya 30% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh *digital marketing* terhadap proses keputusan pembelian sebesar 39,3% dan pengaruh keragaman produk terhadap proses keputusan pembelian sebesar 30,7%, sehingga dapat disimpulkan bahwa *digital marketing* dan keragaman produk terhadap proses keputusan pembelian memberikan pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** *Digital Marketing*, Keragaman Produk dan Proses Keputusan Pembelian