

ABSTRAK

Sektor industri kuliner di Kota Bandung merupakan sektor yang mengalami penurunan kontribusi diantara dua dominasi subsektor yaitu industri kerajinan dan industri fashion. Perkembangan bisnis kuliner ada pada sistem pembelian secara online yang bersaing dalam menawarkan fitur layanan. Pada jasa pesan antar makanan online ShopeeFood mengalami penurunan penjualan yang berdampak terhadap proses keputusan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keragaman produk dan harga terhadap proses keputusan pembelian *online food delivery* ShopeeFood (survei pada Mahasiswa/i Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan) secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pengujian instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, korelasi berganda dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan. Besarnya pengaruh keragaman produk dan harga terhadap proses keputusan pembelian secara simultan sebesar 87,6% dan sisanya 12,4% proses keputusan pembelian pada layanan ShopeeFood dipengaruhi oleh faktor lain. Secara parsial besarnya pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 40,5%% dan harga terhadap proses keputusan pembelian sebesar 47,1%, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga memberikan pengaruh paling besar terhadap proses keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan pada bab pembahasan maka peneliti menyarankan Perusahaan untuk mengevaluasi kembali terkait dengan keragaman produk yang tersedia serta penetapan harga penjualan terhadap proses keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian. Keragaman produk dan harga menjadi salah satu strategi bagi Perusahaan untuk meningkatkan keputusan pembelian.

Kata Kunci : Keragaman Produk, Harga dan Proses Keputusan Pembelian