

ABSTRAK

Irmawati Dewi, 2022, *Pengaruh Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dimasa Pandemi Covid -19 (Studi Kasus Pada Konsumen Counter Millenial Cell Palengaan Pamekasan)*, Skripsi Program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura, Pembimbing: Wasilul Chair, S.H.I., M.S.I

Kata Kunci: *Harga, Keragaman Produk, Keputusan Pembelian*

Counter Millenial merupakan tempat transaksi jual beli pulsa kartu dan berbagai macam kebutuhan sosial media lainnya, pembelian di counter millennial tidak hanya bisa dilakukan secara langsung, pembelian ini juga bisa dilakukan secara online, apalagi selama pandemi, jual beli online menjadi solusi utama agar transaksi ini tetap berjalan dan tidak mempengaruhi terhadap jumlah jual di counter millennial cell, adanya tersebut konsumen yang datang secara langsung atau online, tidak hanya sekali namun berkali-kali, dan menjadi pelanggan tetap dalam penjualan produk ini.

Dalam penelitian ini terdapat tiga fokus penelitian yaitu apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di masa pandemi Covid-19 di Counter Millennial Cell; Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di masa pandemi Covid-19 di counter Millennial Cell; dan Apakah harga dan keragaman produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di masa pandemi Covid-19 di Counter Millennial Cell. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, sedangkan jenisnya penelitian dalam penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif atau hubungan karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara dua variabel atau lebih. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari hasil kuisioner, dengan jumlah populasi sebanyak 100 responden.

Hasil penelitian ini yaitu: 1) Variabel X1 (harga) memiliki pengaruh secara positif terhadap Y (keputusan pembelian) dengan hasil uji t yaitu: nilai t hitung untuk harga adalah 0,065 dengan tingkat signifikan 0,002. 2) Variabel X2 (Keragaman Produk) memiliki pengaruh secara positif terhadap Y (keputusan pembelian) dengan hasil uji t yaitu: nilai t hitung untuk keragaman produk adalah 6,98 dengan tingkat signifikan 0,00. 3) Variabel independent harga (X1) dan keragaman produk (X2) berpengaruh bersama-sama secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), dengan hasil perhitungan uji F yaitu: nilai F tabel sebesar 3,09. Nilai F hitung (30,813) > F tabel (2,02) dan nilai signifikan $0,0 < \alpha = 0,05$.