

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Keragaman Produk, Harga dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian *Tajmal Store* (Studi Kasus Masyarakat yang Membeli Pakaian Pada *Tajmal Store* di Desa Kauman, Kabupaten Tulungagung)” ditulis oleh Rizqi Syaniati Afifah, NIM. 12405193293, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, pembimbing Samsul Bakri, S.Pd.I., M.Pd.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masyarakat Indonesia yang menjadi konsumtif dalam menggunakan pakaian model *trend* yang sedang berkembang. Hal tersebut menjadikan banyaknya pemasar yang memulai persaingan bisnis di bidang pakaian. Dengan adanya berbagai pakaian yang dibutuhkan tentunya produsen akan memberikan dan mencukupi kebutuhan tersebut demi mencapai keputusan pembelian. Sehingga peneliti tertarik untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, harga dan tempat terhadap keputusan pembelian di *Tajmal Store* Tulungagung.

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian. 2) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. 3) Untuk mengetahui pengaruh tempat terhadap keputusan pembelian. 4) Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, harga dan tempat secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Menggunakan *accidental sampling* dengan rumus Slovin. Pengambilan data menggunakan wawancara dan lembar kuesioner. Jumlah populasi sebanyak 5.475, sedangkan besar sampel sebanyak 98 responden. Data kuesioner penelitian dianalisis dengan menggunakan SPSS 25 melalui teknik analisis data, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis secara simultan (Uji F), uji hipotesis secara parsial (Uji T), dan uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Secara parsial keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Tajmal Store*. 2) Secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Tajmal Store*. 3) Secara parsial tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Tajmal Store*. 4) Secara simultan berpengaruh positif dan signifikan antara keragaman produk, harga, dan tempat terhadap keputusan pembelian pada *Tajmal Store*. Diharapkan untuk kedepannya *Tajmal Store* mampu meningkatkan keputusan pembelian oleh konsumen.

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

ABSTRACT

This thesis entitled "The Influence of Product Diversity, Price and Place on the Purchase Decision of the Tajmal Store (Case Study of People Buying Clothes at the Tajmal Store in Kauman Village, Tulungagung Regency)" was written by Rizqi Syaniati Afifah, NIM. 12405193293, Sharia Business Management Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, supervisor Samsul Bakri, S.Pd.I., M.Pd.

This research is motivated by the Indonesian people who are consumptive in wearing trendy clothing models that are currently developing. This has led to many marketers starting business competition in the clothing sector. With the various clothes needed, of course, manufacturers will provide and meet these needs in order to reach a purchasing decision. So that researchers are interested in knowing the effect of product diversity, price and place on purchasing decisions at Tajmal Store Tulungagung.

The objectives of this research are 1) To determine the effect of product diversity on purchasing decisions. 2) To determine the effect of price on purchasing decisions. 3) To determine the influence of place on purchasing decisions. 4) To determine the effect of product diversity, price and place simultaneously on consumer purchasing decisions.

The method used in this study is a quantitative approach to the type of associative research. Using accidental sampling with the Slovin formula. Retrieval of data using interviews and questionnaires. The total population is 5,475, while the sample size is 98 respondents. Research questionnaire data were analyzed using SPSS 25 through data analysis techniques, classical assumption test, multiple linear regression test, simultaneous hypothesis test (F test), partial hypothesis test (T test), and coefficient of determination test (R²).

The results of this study indicate that: 1) Partially product diversity has a positive and significant effect on purchasing decisions at the Tajmal Store. 2) Partially, price has a positive and significant effect on purchasing decisions at the Tajmal Store. 3) Partially, place has a positive and significant effect on purchasing decisions at the Tajmal Store. 4) Simultaneously have a positive and significant effect on product diversity, price, and place on purchasing decisions at the Tajmal Store. It is hoped that in the future Tajmal Store will be able to increase purchasing decisions by consumers.

Keywords: Product Diversity, Price, Place, Purchase Decision