

ABSTRAK

Syafira Alfinisa, NIM 1720210112, Pengaruh Keragaman Produk, Ulasan Produk dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Tahun 2022).

Saat ini teknologi berubah menjadi inovasi dan pengembangan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan setiap individu. Hal tersebut membantu berkomunikasi dan berbagi informasi kepada semua orang. Pengguna internet diperkirakan akan terus meningkat dari tahun ke tahun. Hal tersebut bisa memberi dampak perilaku konsumen pada pembelian barang dan pelayanan jasa, dimana dulunya dilakukan secara *offline* atau harus datang ke toko langsung dan membutuhkan waktu untuk menempuh jarak perjalanan yang jauh. Namun, dengan internet dapat menghubungkan penjual dan pembeli beda kota bahkan beda negara berinteraksi hanya dengan menggunakan *smartphone*. Hal ini yang menjadi latar belakang pada penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Keragaman Produk, Ulasan Produk dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Pengaruh Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian, 2) Pengaruh Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian, 3) Pengaruh Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian, 4) pengaruh Keragaman Produk, Ulasan Produk dan Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan pemelitian jenis asosiatif, yaitu penelitian dilakukan untuk mengetahui secara detail pengaruh ataupun hubungan diantara dua variabel ataupun lebih. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu metode *probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diukur dengan skala *likert* dan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SPSS 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Keragaman Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian (t hitung 4,980 > t tabel 1,661). Variabel Ulasan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (t hitung 6,013 > t tabel 1,661). Variabel Gratis Ongkos Kirim berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (t hitung 6,786 > t tabel 1,661). Secara bersama-sama variabel Keragaman Produk, Ulasan Produk dan Gratis Ongkos Kirim berpengaruh positif dan signifikan (F hitung 21,075 > 2,70).

Kata kunci: Keragaman Produk, Ulasan Produk, Gratis ongkos Kirim dan Keputusan Pembelian.