

ABSTRAK

Eliyani. 2022. *Pengaruh Harga, Keanekaragaman produk, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Toko Amie Metro*. Skripsi. Program Studi manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Dr. Suharto, S.E., M.M. (2) Suwanto, S.E., M.M.

Kata kunci: *Harga, Keanekaragaman produk, Minat Beli, Keputusan Pembelian.*

Dengan berkembangnya dunia fashion ini membuat banyak pelaku bisnis yang ikut dalam bisnis ini dikarenakan menjanjikan penghasilan yang cukup tinggi dan nilai sebagai usaha yang sustainable atau dapat berlangsung lama. Banyaknya usaha sejenis sehingga persaingan usaha antar bisnis ini semakin ketat dimana beberapa faktor yang menjadi persaingan diantaranya terkait harga, keanekaragaman produk dan kemampuan menciptakan minat beli konsumen. Permasalahan utama penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, Keanekaragaman produk, dan minat beli terhadap keputusan pembelian produk fashion di Toko Amie Metro.

Desain penelitian adalah penelitian kuantitatif atau penelitian verifikatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah harga, Keanekaragaman produk, keinginan dan kebutuhan, keputusan pembelian dan gaya hidup. Populasi dan sampel penelitian adalah mahasiswa prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro Angkatan 2018 dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 68 mahasiswa. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Alat analisis yang digunakan adalah menggunakan analisa kualitas data dan regresi linier berganda dengan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan harga tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Keanekaragaman produk, dan keinginan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. meningkatkan keputusan pembelian mahasiswa. Harga, Keanekaragaman produk, dan keinginan secara simultan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Gaya hidup memoderasi atau meningkatkan pengaruh harga, Keanekaragaman produk, dan keinginan terhadap perilaku konsumtif.