

ABSTRAK

Puspa Ning Utami. 2021. "Pengaruh Kepercayaan, Keragaman Produk, Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Social Pada Reseller Reny Shop". Prodi manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis universitas muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) Dr.Suharto, S.E., M.M. pembimbing (II) Suwanto, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, keragaman produk terhadap keputusan pembelian melalui media social pada reseller reny shop. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Objek pada penelitian ini adalah Reseller pada toko Reny Shop yang berlokasi di Jalan Iringmulyo, Kec. Metro Timur., Kota Metro Lampung. Populasi sebanyak 156 responden Syarat uji instrument memakai uji validitas dan reabilitas. Sebelum data dianalisis, persyaratan homogenitas, linieritas dan signifikan regresi harus dipuhi. Analisis model yang digunakan adalah persamaan structural, yakni structural equation modeling. Temuan penelitian ini adalah pengaruh langsung positif kepercayaan terhadap keragaman produk. Kepercayaan berpengaruh langsung positif terhadap keputusan pembelian. Keragaman produk berpengaruh langsung positif terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci; Kepercayaan , Keragaman Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Puspa Ning Utami. 2021. "The Influence of Trust, Product Diversity, On Purchase Decisions Through Social Media At Reny Shop Resellers". Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Metro. Supervisor (I) Dr.Suharto, S.E., M.M. supervisor (II) Suwanto, S.E., M.M.

This study is to determine the effect of trust, product diversity on purchasing decisions through social media at Reny Shop resellers. The type of research used in this research is quantitative research. The object of this research is the reseller at the Reny Shop store located on Jalan Iringmulyo, Kec. Metro Timur., Metro City Lampung. The total population is 156 respondents. The terms of the instrument test use validity and reliability tests. Before the data were analyzed, the requirements for homogeneity, linearity and regression significance had to be met. The analysis of the model used is a structural equation, namely structural equation modeling. The findings of this study are the positive direct effect of trust on product diversity. Trust has a direct positive effect on purchasing decisions. Product diversity has a direct positive effect on purchasing decisions.

Keywords; Trust, Product Diversity, Purchase Decision