ABSTRAK

Stianti. "Analisis Keragaman Produk Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Indomaret Tubagus Ismail Raya Bandung". Dibawah Bimbingan: Elvira Azis, SE., MT.

Keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli (Kotler, 2007:15). Hubungan antara keragaman produk dan perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian sangat erat kaitannya pada kelangsungan penjualan suatu perusahaan. Menurut Asep (2005: 9) kondisi yang tercipta dari ketersediaan barang dalam jumlah dan jenis yang sangat variatif sehingga menimbulkan banyaknya pilihan dalam proses belanja konsumen. Seringkali konsumen dalam proses belanjanya, keputusan yang diambil untuk membeli suatu barang adalah yang sebelumnya tidak tercantum dalam belanja barang (*out of purchase list*). Keputusan ini muncul begitu saja terstimulasi oleh variasi bauran produk (assortment) dan tingkat harga barang yang ditawarkan.

Penelitiian ini dilakukan untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai keragaman produk dan keputusan pembelian konsumen yang ada di Indomaret Tubagus Ismail Raya Bandung dan juga untuk mengetahui dampak keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Indomaret Tubagus Ismail Raya Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan variabel bebas keragaman produk dan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian konsumen. Pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada konsumen Indomaret Tubagus Ismail Raya Bandung secara *simple random sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 sampel.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa pertama, keragaman produk di Indomaret adalah beragam; kedua, konsumen memiliki minat beli yang baik terhadap produk-produk yang ditawarkan indomaret; dan terakhir keragaman produk mempunyai andil sebesar 20% terhadap dampak pada keputusan pembelian konsumen, sedangkan 80% dijelaskan oleh faktor-faktor lain.

Kata kunci: keragaman produk, keputusan pembelian.

ABSTRACT

Stianti. "Analysis Of Product Assortment's Impact On Consumer Purchase Decisions at Indomaret Tubagus Ismail Raya Bandung". Under The Guidance Of: Elvira Azis, SE., MT.

Product assortment is a collection of all products and goods offered by a particular seller to the buyer (Kotler, 2007:15). The relationship between product assortment and consumer behavior in making purchasing decisions very closely related to the sale of a company's survival. According to Asep (2005: 9) conditions created by the availability of goods in the amount and type is varied, causing many choices in the process of consumer spending. Often the consumer in the shopping process, decisions taken to buy an item that previously were not listed in expenditure (out-of-purchase list). This decision comes out of nowhere is stimulated by a variety of product mix (assortment) and the price level of goods being offered.

This research was performed to determine consumer responses about the product assortment and consumer purchasing that are at Indomaret Tubagus Ismail Raya Bandung and also to know the impact of product absortment on consumer purchasing decisions at Indomaret Tubagus Ismail Raya. The method used in this research is descriptive and verifikation method with 'product absortment' as the independen variable and 'consumer purchasing decision' as the dependent variable. Primary data were collected using a questionnaire distributed to consumers Indomaret Tubagus Ismail Raya Bandung by simple random sampling with respondents consisting of 100 samples.

From the research that has been done, we can note that the first, product assortment at Indomaret is variant, secondly, the consumer has a good buying interest towards the products offered Indomaret; and the latest product diversity has contributed for 20% of the impact on consumer purchasing decisions, whereas 80% is explained by other factors.

Keywords: product assortment, purchase decisions..