PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI *ONLINE*, DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA HEYCAPS *STORE* ABIANSEMAL TAHUN 2019-2020

Abstrak

Keputusan pembelian tentunya sangat berpengaruh dalam bidang pemasaran, ketertarikan dan minat untuk membeli sebuah produk merupakan dasar prilaku konsumen yang melandasi keputusan pembelian yang akan dilakukan. Pada Heycaps *Store* Abiansemal keputusan pembelian dipengaruhi oleh citra merek, promosi *online* dan keragaman produk. Tetapi terdapat masalah yang dihadapi Heycaps *Store* Abiansemal dimana menurunnya tingkat penjualan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh citra merek, promosi *online* dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada Heycaps *Store* Badung. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli produk yang disediakan oleh Heycaps *Store* Abiansemal. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 97 konsumen yang telah melakukan pembelian lebih dari sekali di Heycaps *Store* Abiansemal, diambil dengan metode *cochran* dan teknik pengambilan sampel dengan *accidental sampling*. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji t, dan uji F.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Heycaps *Store* Abiansemal. Promosi *online* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Heycaps *Store* Abiansemal. Keragaman produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Heycaps *Store* Abiansemal.

Kata Kunci: Citra Merek, Promosi *Online*, Keragaman Produk, Keputusan Pembelian

UNMAS DENPASAR