

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN  
SHOP LOCATION TERHADAP PURCHASE DECISION KONSUMEN  
PADA DEWA AYU SHOP KLUNGKUNG**

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, persepsi harga dan *shop location* terhadap *purchase decision* pada Dewa Ayu Shop Klungkung. *Fashion* dijamin sekarang sangat memenuhi gaya hidup manusia yang sifatnya sangat beragam. Persaingan bisnis toko fashion sangat ketat mulai dari pemilihan produk yang dijual, survey keinginan dan minat masyarakat, penawaran harga yang pas dikantong, pasar sasaran yang tepat dan lokasi yang strategis sehingga mudah dikunjungi atau diketahui banyak masyarakat.

Populasi penelitian adalah seluruh konsumen yang pernah bertransaksi pada toko *fashion* Dewa Ayu Shop Klungkung. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang ditentukan berdasarkan metode pengumpulan data *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision*, persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision*, dan *shop location* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase decision*. Saran penelitian ini adalah karena nilai koefisien determinasi variabel keragaman produk, persepsi harga dan *shop location* sebesar 36,7 %, sedangkan sisanya sebesar 63,3% disebabkan oleh faktor-faktor lain, maka diharapkan mampu menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, serta mampu untuk memperluas ruang lingkup penelitian yang tidak hanya terbatas pada satu lokasi.

Kata Kunci: Keragaman Produk, Persepsi Harga, *Shop Location*, *Purchase Decision*

UNMAS DENPASAR