

ABSTRAK

Teknologi pemrosesan berkembang lebih cepat di era digital, membuat gaya hidup masa depan lebih kompetitif dan canggih. Pertumbuhan ini termasuk Indonesia. Penelitian ini meneliti bagaimana promosi, diversifikasi produk, dan saluran distribusi memengaruhi pembelian Tugu Collection Lumajang Bag Store. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Delapan puluh pembeli tas Tugu Collection Lumajang mengisi kuesioner untuk memberikan data. Penelitian ini menentukan sampel menggunakan sampel jenuh. Penelitian ini menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi. Promosi tidak memengaruhi keputusan pembelian, diversifikasi produk tidak memengaruhi keputusan pembelian, dan saluran distribusi penting.

Kata Kunci: Promosi, Diversifikasi Produk, Saluran Distribusi, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

Processing technology is advancing faster in the digital age, making future lifestyles more competitive and sophisticated. This growth includes Indonesia. This study examines how promotion, product diversification, and distribution channels affect Tugu Collection Lumajang Bag Store purchases. This study uses quantitative methods. Eighty Tugu Collection Lumajang bag buyers completed questionnaires to provide data. This study determines sample using saturated samples. This study used instrument tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, hypothesis tests, and coefficients of determination. Promotion does not affect purchasing decisions, product diversification does not affect purchasing decisions, and distribution channels do matter.

Keywords: Promotion, Product Diversification, Distribution Channels, Purchasing Decisions.

