

PENGARUH GAYA HIDUP, KEPERCAYAAN DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* DI SHOPEE

ABSTRAK

**Oleh :
Shella Febrianti**

**Dosen Pembimbing :
Dr. Erminati Pancaningrum, ST., MSM**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, kepercayaan dan iklan ini terhadap keputusan pembelian produk fashion di Shopee. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan sebanyak 100 responden masyarakat di Kabupaten Jombang yang mempunyai dan menggunakan aplikasi shopee. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *judgement sampling*, metode pengumpulan data dengan cara kuesioner, dokumentasi dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas serta teknik analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis dengan uji t dan uji f. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup mempunyai dampak yang baik terhadap keputusan pembelian produk *fashion* di Shopee berarti meningkat pula keputusan pembelian produk fashion di Shopee, kepercayaan mempunyai dampak yang baik terhadap keputusan pembelian prduk *fashion* di Shopee berarti semakin meningkatkan kepercayaan kepada konsumen akan meningkatkan keputusan pembelian pada produk *fashion* di Shopee dan iklan mempunyai dampak yang baik terhadap keputusan pembelian produk fashion di Shopee berarti menarik iklan maka semakin tinggi pula keputusan pembelian produk *fashion* di shopee. Terdapat pengaruh simultan gaya hidup, kepercayaan dan iklan sama-sama mempunyai dampak terhadap peningkatan keputusan pembelian produk *fashion* di shopee.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Kepercayaan, Iklan Dan Keputusan Pembelian